



Farm Products Council
of Canada

Conseil des produits agricoles
du Canada

2017-2018

ANNUAL REPORT



CA1
DB 35
A56

FARM PRODUCTS COUNCIL OF CANADA

Canada

Central Experimental Farm
960 Carling Avenue, Building 59
Ottawa, Ontario K1A 0C6
Telephone: 613-759-1555
Facsimile: 613-759-1566
Teletypewriter/TDD: 613-759-1737
Email: aafc.fpcc-cpac.aac@canada.ca

© Minister of Public Works and Government Services Canada, 2017

ISSN: 2561-4371

Table of Contents

Council Member's Message	2
About FPCC	3
Bringing Good Management to Market	3
FPCC Profile	5
Members and Senior Management	6
Staff	8
Key Accomplishments in 2017-18	10
National Marketing Agencies	12
The Egg Agency	14
The Turkey Agency	16
The Chicken Agency	20
The Hatching Egg Agency	22
Promotion and Research Agencies	24
The Beef Agency	26
Other FPCC Activities	28
Annexe: FPCC Decisions and Levy and Quota Amendments, 2017-18	30
Glossary	33



Council Member's Message



In 2017–18, the Farm Products Council of Canada (FPCC) continued providing strong leadership to Canada's national supply management agencies for poultry and eggs, as well as to the national promotion and research agencies.

We entered a new period after outgoing Chairman Laurent Pellerin completed his term of office in May 2017. With his departure, the Council was in transition as we awaited the appointment of a new chairperson and new members.

For most of the fiscal year, we had only three members serving on the Council and shouldering a wide range of duties. Among the three of us, we covered the many tasks attached to our position.

With the dedicated support and assistance of FPCC staff, the Council worked diligently to fulfill its mandate. We dealt with important issues, among these were the following:

- approval of amendments to Schedule B of the Federal-Provincial Agreement for Chicken (known as the Operating Agreement);
- a memorandum of understanding between FPCC and Agriculture and Agri-Food Canada concerning their respective roles and responsibilities for the *Agricultural Products Marketing Act*; and
- updated guidelines to stakeholders for establishing a promotion and research agency (PRA), and laying the groundwork for public hearings on the industrial hemp and barley proposals received during the year.

In addition, in December 2017, the Council approved important updates to the *Governance By-Law*. In this revision, the by-law more clearly defines the roles and responsibilities of the Council's Chairperson, Deputy Head and staff. It provides a clearer framework for various aspects of Council meetings. Lastly, it underlines the need for increased transparency, ethics and sound segregation of functions.

As always, Council members continued to work collaboratively with representatives of Canada's egg and poultry industries. We attended meetings of the national marketing agencies and the provincial boards, and connected with producers and processors. We appreciated working closely with industry representatives, and believe that all of us benefited from engaging in frank and open discussions.

With a refreshed slate of members and a new chairperson, we can expect the Council to turn its attention to the challenges and opportunities in 2018–19. These include developing a strategic plan and maintaining and deepening relationships with all stakeholders. In addition to all this, we are sure the Council will successfully work with the industry, helping to ensure that all Canadians have affordable and continuous access to domestically produced eggs and poultry, while maintaining fair market prices for Canadian farmers.

We are grateful for the contribution made by all of FPCC's staff, including those who left the team in the past year. We welcome the opportunity to work with those joining the team as well as those who are continuing from previous years. Together, we look forward to the challenges of 2018–19 and another year of achievements.

Kimberly Hill, Maryse Dubé and Mike Pickard
Council members

Bringing Good Management to Market

The Farm Products Council of Canada (FPCC) is a public interest oversight body that reports to the Parliament of Canada through the Minister of Agriculture and Agri-Food. It oversees the national marketing systems for poultry and eggs, and supervises the activities of national promotion and research agencies for farm products. It provides the Minister with advice and recommendations, collaborates with provincial supervisory boards, and works with other federal organizations.

FPCC administers two federal laws:

The *Farm Products Agencies Act* (FPAA) provides for the creation and oversight of national marketing agencies as well as promotion and research agencies (PRAs).

The *Agricultural Products Marketing Act* (APMA) allows for the delegation of federal authority over interprovincial and export trade in the marketing of farm products to provincial commodity boards. FPCC administers this legislation through an agreement with Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC).

Under the *Farm Products Agencies Act*, FPCC is also responsible for hearing complaints lodged by such parties as may deem themselves unfairly affected by the operations of any of the five existing agencies, that is, the Egg Farmers of Canada, the Chicken Farmers of Canada, the Turkey Farmers of Canada, the Canadian Hatching Egg Producers or the Canadian Beef Check-Off Agency.

About FPCC



FPCC Profile

Mission

FPCC is an active participant in ensuring that all Canadians benefit from the marketing, promotion and research of agricultural products.

Vision

FPCC is known for its leadership in maintaining and promoting efficient and competitive agricultural industries.

Governance

The Minister of Agriculture and Agri-Food provides the Council Chairperson with a mandate, setting priorities and expectations for FPCC.

The Council has from three to seven members, including the Chairperson. At least half of the members must be primary producers at the time of their appointment. All members are appointed by the Governor in Council and serve terms of varying length. The Interim Chairman was the only full-time Council member from June 2017 to March 2018.

Members



Note: Mr. Laurent Pellerin continued as Chairman of the Council for the first two months of the 2017–18 fiscal year. His term expired at the end of May 2017, after seven years as Chairman.



Mike Pickard is a resident of Saskatoon, Saskatchewan. Formerly the owner of a broiler chicken operation, Mr. Pickard served from 2007 to 2013 as a director of the Chicken Farmers of Saskatchewan. From 2008 to 2013, he was a director of the Chicken Farmers of Canada, and served on that organization's Finance Committee and its Consumer Relations Committee. He is originally from Saint John, New Brunswick, and has three children.



Kimberley Hill is the President of Bridge Strategies, Inc., a consulting firm in Saskatchewan, which provides management services to companies and organizations in the agribusiness sector. In recent years, she has played an integral part in growing businesses and organizations through business incubation. Mrs. Hill has extensive experience in the value-added food industry, having worked with the Saskatchewan Food Processors Association as Program Director/Controller. In that capacity, she was the key driver of the Saskatchewan Made Program in the early 2000s. Prior to her work at the Association, she managed a food processing plant located in rural Saskatchewan. Mrs. Hill resides in Saskatoon with her husband Bob. They have two children.



Maryse Dubé completed her law degree at Université Laval in 1996 and was admitted to the Quebec Bar in 1997. As a lawyer and a partner of Sylvestre & Associés since 2004, Mrs. Dubé works in commercial and food law, representing several financial institutions. She also represents small- to medium-sized enterprises in security law, bankruptcy, commercial litigation and corporate law (manufacturing and agricultural components). Mrs. Dubé serves on numerous corporate boards and community organizations. She was President of the Bar of the Richelieu Division in 2014 and served on the Executive Committee of the Quebec Bar.

Members



Left to right: *Kimberley Hill, Maryse Dubé and Mike Pickard.*

Senior Management



Left to right: *Nancy Fournier, Mike Pickard and Marc Chamaillard.*

Staff



Front row, left to right: *Nicole Nash, Lise Turcotte, Mélanie Pruneau, Mike Pickard, Marc Chamaillard and Chantal Lafontaine.*

Back row, left to right: *Reg Milne, Mike Iwaskow, Bill Edwardson, Steve Welsh, Joanne Forget and Nancy Fournier. (Absent: Lise Leduc).*

Key Accomplishments in 2017-18

The 2017–18 fiscal year was the last year of FPCC’s most recent three-year strategic plan. In September 2017, the Council decided to delay developing a new strategic plan to allow the appointment of the new chairperson and Council members. The new plan will set out FPCC priorities for the coming years.

Operating Agreement in the Chicken Federal-Provincial Agreement

In 2014, the Government of Alberta withdrew from the Federal-Provincial Agreement (FPA) for Chicken. The Chicken Farmers of Canada (CFC) and provincial commodity boards responded by developing a new allocation methodology that would allow for differential growth and would be acceptable to all provinces, including Alberta. Amendments were proposed to the FPA’s Schedule B (also known as the Operating Agreement), enshrining the new allocation methodology.

FPCC is responsible for reviewing proposed amendments to the FPA to determine whether they would have an impact on the *Chicken Farmers of Canada Proclamation*. If there is such an impact, approval by the Governor in Council (GIC) is required. Upon receiving additional clarity and proposed actions from CFC, in October 2017 Council agreed that the proposed amendments did not require GIC approval. As a result, the amendments were implemented and Alberta rejoined the FPA for Chicken during CFC’s November 2017 meeting.

Complaints Process

In November 2016, FPCC had adopted a new [*Complaint By-Law*](#). In 2017–18, FPCC had a first opportunity to apply the by-law when a company in the turkey industry filed a complaint against a decision of the Turkey Farmers of Canada. The by-law proved useful in providing a framework for hearing complaints. FPCC will assess the need for any adjustments to it after completion of this complaint process.

Memorandum of Understanding with Agriculture and Agri-Food Canada concerning the Agricultural Products Marketing Act

In 2017–18, FPCC entered into a memorandum of understanding with AAFC, formalizing the responsibilities of both parties for this legislation. The agreement ensures that FPCC and the AAFC have a shared understanding of their roles, and that they work together in a structured approach on a long-term strategy to streamline regulatory instruments under the APMA. This is particularly important given the high number of regulations to be dealt with under this Act.

Promotion and Research Agencies: Establishment Guidelines

In November 2017, FPCC published and posted on its Web site an updated version of its [*Guidelines for establishing a promotion and research agency \(PRA\)*](#). This document was the outcome of a collaborative effort between the staff of FPCC and AAFC, and received

the Council's approval. The guidelines provide an overview of the purposes and benefits of establishing a promotion and research agency for farm products under the FPAA. The document also explains the legal framework. Further, it sets out what a proponent must do to prepare and submit a proposal for the creation of a PRA, and the procedure for review of a proposal.

Pork Promotion and Research Agency

After the holding of public hearings in 2016-17, Council members submitted recommendations to the Minister of Agriculture and Agri-Food regarding the Canadian Pork Council's proposal for the creation of a Canadian Pork Promotion and Research Agency. In 2017-18, FPCC worked with the departments of Justice Canada and of Agriculture and Agri-Food to draft a proclamation that would establish the PRA. Once the draft proclamation is complete, it will be submitted to the Governor in Council for approval.



National Marketing Agencies

Four national marketing agencies have been established under Part II of the *Farm Products Agencies Act* (FPAA): the Egg Farmers of Canada, the Turkey Farmers of Canada, the Chicken Farmers of Canada, and the Canadian Hatching Egg Producers.

The role of the Farm Products Council of Canada (FPCC) is to oversee the operations of the four agencies. It works collaboratively with them to ensure a strong and efficient supply management system that operates for the benefit of both producers and consumers. In addition, FPCC advises the Minister of Agriculture and Agri-Food on aspects of the national marketing agencies. It consults with the agencies, provincial and territorial governments, and other federal departments and agencies. It approves the agencies' orders and regulations. It also hears complaints about the operations and decisions of agencies.

Regulatory Framework

Under Part II of the FPAA, the Governor in Council may issue a proclamation establishing a national marketing agency for any farm product if it is satisfied that a majority of producers in Canada favour such action. A proclamation is a federal regulation that outlines how the agency is to be constituted – for example, its members, how they are appointed, and where the agency will have its head office.

The proclamation includes a schedule authorizing the national marketing agency to implement a marketing plan. Typically, the marketing plan describes the quota, licensing and levy systems to be implemented, provisions for review of the marketing plan, and other items specific to the regulated commodity in question.

The FPAA allows the Minister of Agriculture and Agri-Food, with the approval of the Governor in Council, to enter into an agreement with any provincial or territorial government, enabling a national marketing agency to perform functions on behalf of that government (in other words, to receive delegated authority from the government). The accord is known as a federal-provincial agreement (FPA). In addition, most provincial legislation requires an agreement to delegate authority from such an agency to a corresponding provincial commodity board.

An FPA typically has schedules attached, which include the proclamation and national marketing plan, provincial marketing plans, and the original proposal used during the public hearing process preceding the establishment of the agency.

Signatories to the current FPAs include the federal and provincial ministers of agriculture, FPCC (for the egg and turkey FPAs), provincial supervisory bodies, provincial commodity boards, and (except for turkey) the national agency. In Alberta and Quebec, the ministers of intergovernmental affairs are also signatories.

Legally, the FPAA is subordinate to the *Constitution Act*; the proclamation and marketing plan are subordinate to the FPAA; and agency orders and regulations are subordinate to the proclamation and marketing plan. Subordinate legal instruments cannot exceed the authority of a superior instrument. For example, an agency cannot derive authority from an FPA that has not been specified in its proclamation.

How National Marketing Agencies Operate

Section 21 of the FPAA sets out the objects of an agency:

- to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry; and
- to have due regard to the interests of producers and consumers.

In pursuit of these goals, the proclamation of each agency confers on it the powers set out in section 22 of the FPAA, including the powers to undertake and assist in the promotion of the consumption of the regulated product; to advertise, promote and do research into new markets; to set production quotas and collect levies; and to purchase, lease, or otherwise acquire and hold a mortgage on a property.

Under section 27 of the FPAA, an agency has an obligation to conduct its operations on a self-sustaining financial basis. Section 29 requires the accounts and financial transactions of each agency to be audited annually by an auditor appointed by the Governor in Council, and detailed in a report made to the agency, FPCC, and the Minister of Agriculture and Agri-Food. Pursuant to section 30 of the FPAA, each agency is also required to submit an annual report to FPCC and the Minister. Section 32 of the FPAA provides that any contract, agreement or other arrangement between an agency and any person engaged in the production or marketing of the regulated product is exempt from the *Competition Act*.

Orders and Regulations

The agencies establish, enact and implement regulations for various purposes, including setting quota allocations and collecting levies. Within those particular areas, FPCC's direct involvement is necessary because an agency requires statutory authority to implement the terms of its marketing plan.

Each time an agency requests an amendment to an order or a regulation, Council members must review the rationale for the amendment. This involves considering market and financial statistics, as well as the agency's budget.

Before giving approval, Council members must be satisfied that the order or regulation is in accordance with the agency's marketing plan and is necessary for the implementation of the plan. Agencies may decide on a yearly quota and levy amount, but often review and seek changes to the quota and levy during the year in response to market conditions. The Chicken Farmers of Canada is an exception: it sets quota allocations more frequently, and these allocations require FPCC's review and approval several times a year.



THE EGG AGENCY



The Egg Farmers of Canada (EFC) is the national agency responsible for the orderly marketing of eggs in Canada. EFC was established as the Canadian Egg Marketing Agency in 1972, further to an agreement of the federal government, provincial agriculture ministers and supervisory boards, and table egg producers in member provinces. This is the Federal-Provincial Agreement for the Marketing of Eggs (the Egg FPA).

EFC has 15 members: representatives of producers from all 10 provinces and the Northwest Territories; and four downstream stakeholders representing the graders, the processors, the hatchery industry and consumers. EFC's Board of Directors meets several times a year to plan and manage egg production and marketing. The Board's primary responsibility is to set quota allocations and make any changes to levies orders necessary for EFC to cover its operating costs. For changes to take effect, EFC requires FPCC's approval of amendments to the *Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations, 1986* or to the *Canadian Egg Marketing Levies Order*.

Canadian Egg Value Chain

Starting from the age of 19 weeks and continuing for about one year, laying hens lay eggs almost daily. The eggs are collected by farmers and sent to grading stations before being shipped to wholesalers, retailers, and the hotel, institutional and restaurant trade. These are table eggs, that is, eggs marketed fresh to consumers in the shell. They are also called shell eggs.

For a variety of reasons (such as seasonal fluctuations, consumer size preference and geography), the supply of table eggs exceeds market demand. EFC purchases these surplus eggs from provincial commodity boards under its Industrial Products Program. If possible, the surplus eggs are sold as table eggs in other provinces where supply is short. If that is not possible, surplus eggs are sold to companies that process them for use in the food industry as well to hotels, restaurants and institutions in both liquid form and as an ingredient for other food products. These eggs are called breaker eggs.

Egg consumption has risen steadily for some years. The trend continued in 2017–18, with increased demand for table eggs as well as breaker eggs. Along with rising demand, there was an increase in production, and larger quantities of eggs were declared surplus.

FPCC's Work with EFC

During 2017–18, FPCC Interim Chairman Mike Pickard attended most of EFC's open Board of Directors meetings as an observer. He also had observer status at meetings and teleconferences of EFC's Cost of Production Committee and the Integrated Solution Project (ISP).

In March 2018, EFC's Board of Directors accepted the Final Report on a Cost of Production Study. The study collected costs and efficiency data from 2015.

The Integrated Solution Project is a new initiative with the aim of developing principles and guidelines for revenues and expenses of the Pooled Income Fund (PIF). EFC uses the PIF to buy surplus table eggs from provincial commodity boards. The Agency then sells the surplus eggs to processors at a negotiated price which is agreed to by processors and EFC. To finance the PIF, EFC charges a levy that is paid by consumers. This makes up the difference between the price paid by processors and the price that EFC pays to graders. The first phase of the project focused on defining "natural overrun." This is the percentage of eggs produced in excess of requirements for supplying the Canadian table demand. The Council had some concerns on the calculations of the natural overrun. Additional meetings on this subject are due to take place in 2018–19.

Levies Order

Four factors affect the balance of EFC's Pooled Income Fund: levy amounts, domestic production, international breaker egg prices and the quantity of surplus eggs. During 2017–18, there were a greater number of surplus eggs, which had a negative impact on the Fund balance. Offsetting this, was the positive impact of higher production combined with levy increases that Council members had approved in the previous year, as well as a rise in international breaker egg prices. As a result, the balance of the Fund increased over the year.

To help keep the Fund balance within EFC's target band – between \$20 million and \$40 million – Council members approved a two-cent reduction in the levy in December 2017.

Quota Allocation

Under the *Canadian Egg Marketing Agency Quota Regulations, 1986*, EFC allocates production quotas for a set period, usually a calendar year. EFC administers four types of quota allocation:

- The Federal Allocation sets quota for shell eggs to be produced for the table market.
- The Eggs for Processing Allocation sets quota for shell eggs to be produced for the egg processing market at the provincial level.
- The Vaccine Egg Allocation sets quota for fertilized eggs to be produced and sold to pharmaceutical companies for the purpose of producing vaccines, such as the annual flu vaccine.

- The Special Temporary Market Requirement Quota was introduced by EFC to help Canadian egg processors cope with higher import prices caused by the 2015 avian influenza crisis in the United States. Since the crisis had passed, EFC phased out the quota in September 2017.

On December 14, 2017, FPCC approved a 4-percent increase to the Federal Allocation, for a total equivalent of 25,989,382 laying hens (692,605,522 eggs). The Eggs for Processing and the Vaccine Egg Allocations did not change and were set at 1,450,000 and 635,040 layers, respectively.

Processors Agreement

In December 2017, the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC) and EFC agreed on a new industrial pricing structure for processors, to be implemented by June 2018. This agreement will increase prices paid by processors for surplus eggs. It will also reduce the reliance on the levy paid by consumers to finance the purchase of surplus eggs by EFC. The new pricing will be established through a policy and protocol model. It will be introduced in phases over a period of three to five years to give customers time to adjust.

Regulation

The last major amendments to the FPA for the Marketing of Eggs date from 1976, more than 40 years ago. Since then, there have been vast changes in the industry, along with the introduction of new policies. These include the Quota Allocation Committee Agreement and the production Quota Utilization Threshold, both of which are now used to structure the main workings of the industry without being part of the FPA. FPCC believes the FPA should be updated to reflect current Agency practices.

In 2017–18, EFC worked on the first phase of a two-phase approach to renew the FPA. This involved drafting minor amendments to the text of the agreement. These amendments need support and formal approval from all signatories to the FPA. Once all signatories have signed the amendments, work will begin on the second phase of FPA renewal: a comprehensive review of the agreement.

For details of FPCC decisions on quota and levy amendments concerning this agency in 2017–18, see the tables in the Annex.





THE TURKEY AGENCY



The Turkey Farmers of Canada (TFC) is the national agency responsible for the orderly marketing of turkeys and turkey meat in Canada. Legally known as the Canadian Turkey Marketing Agency, TFC was established in 1974 further to a federal-provincial agreement between the Government of Canada, provincial agriculture ministers and supervisory boards, and turkey producers in member provinces.

Eight provinces are members of TFC: British Columbia, Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, Quebec, New Brunswick and Nova Scotia. Each province has a representative on TFC's Board of Directors. Three additional Board members represent processors: two for the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC), and one for the Further Poultry Processors Association of Canada (FPPAC).

TFC's Board of Directors meets at least quarterly to plan and manage turkey production and marketing. The Board's work mainly involves setting or adjusting production quota, and setting a national levy to cover TFC's marketing and administration expenses. Quota or levy amendments proposed by TFC require the approval of the FPCC.

Canadian Turkey Value Chain

Turkey farmers purchase vaccinated, day-old turkeys (poults) from hatcheries. Poults are raised in climate-controlled barns. Once they reach market weight (between 11 and 17 weeks of age), and depending on market requirements, they are transported to processing plants. Hens

(females) are normally grown for the whole bird market, while toms (males) are typically grown for the further processed market, due to their larger size and weight. After processing, the birds are sold as fresh or frozen whole birds, or cut up into parts or further processed for use in products such as frozen dinners, roasts, sliced meats or meat pies. The whole turkeys and turkey products are distributed to the food service, restaurant and retail sectors for marketing to the final consumers.

FPCC's Work with TFC

During 2017–18, Interim Chairman Mike Pickard attended TFC's Board of Directors meetings as an observer. FPCC held its annual meeting with TFC executives in May 2017. FPCC had the opportunity then to inquire into some of the issues affecting the turkey industry, notably the continuing reduced demand for whole birds and the need for focused attention to promote and develop new markets for turkey and turkey products.

Quota Allocation

Under the *Canadian Turkey Marketing Quota Regulations, 1990*, TFC allocates production quotas on an annual basis. The global quota is comprised of four distinct quota allocation policies:

- Under its National Commercial Allocation Policy, TFC allocates a quota for production of whole birds, and another quota for birds produced for cuts or further processing.
- Under its Export Policy, TFC allocates quota to replace birds already exported, and to allow sufficient production covering planned exports of processed, further processed or live turkey.
- Under its Multiplier Breeder Policy, TFC allocates quota for birds that are used to produce turkey eggs and poults for the industry.
- Under its Primary Breeder Policy, TFC allocates quota for birds to be used as primary breeding stock. Together, these quota categories make up the global turkey quota.

TFC Board members yearly determine the desired global quota and component categories, as well as provincial distributions of quota allocated, for a 12-month control period running from approximately May 1 to April 30. In accordance with these decisions, TFC then seeks the Council's approval to amend the provincial allocations and the total global quota set out in the *Canadian Turkey Marketing Quota Regulations*.

If market changes necessitate adjustments during the control period, the TFC Board requests the Council to consider approving further amendments that it proposes.

Reductions were made to whole bird quotas in 2016–17. TFC maintained that year's quota level throughout 2017–18, but further processing and other quota categories were amended to reflect an increase in stocks of meat for further processing as well as changes in export allocations. Overall, the global quota allocation had fallen by 2.5 percent by January 2018, when Council members approved the new quota allocation for 2018–19.

The major factor was a continued slide in the demand for whole birds during the festive season, particularly at Thanksgiving; this was because many retailers did not then offer special promotions to increase sales, as had been done in previous years.

However, the further processed product market continued to grow. TFC reported that during 2017, retail sales of whole birds fell 3.6 percent by weight, while sales of cuts and further processed turkey products rose 2.9 percent.

Levy Order

In February 2018, TFC submitted to the Council an amendment to the *Canada Turkey Marketing Producers Levy Order*, supported by a report on its projected 2018 budget. The amendment provided for renewal of TFC's national levy of 1.8 cents per kilogram (live weight) of turkey meat, and extension of the levy's effective date to March 31, 2019. Council members approved the amendment at their meeting on March 20, 2018.

Complaint

In June 2017, FPCC received a complaint from a turkey processing company regarding changes that TFC had made to a section of its Export Policy. In accordance with the new *Complaint By-Law*, the Interim Chairman held informal discussion with the parties. As a result of these informal discussions in August and September 2017, the complaint was dismissed. In early November, the Council received notice that the processing company involved had requested the Federal Court to conduct a judicial review of FPCC's handling of the complaint.

After further discussions, in December 2017 the processing company requested discontinuance of the court case and FPCC agreed to formally hear the complaint. The Interim Chairman then appointed Council member Maryse Dubé to chair the committee charged with hearing the complaint. The hearing was scheduled to take place in July 2018.

For details of FPCC decisions on quota and levy amendments concerning this agency in 2017–18, see the tables in the Annex.





THE CHICKEN AGENCY



The Chicken Farmers of Canada (CFC) is the national agency responsible for the orderly marketing of chicken in Canada. Originally known as the Canadian Chicken Marketing Agency, CFC was established in 1978 further to an agreement between the federal government, provincial agriculture ministers and chicken producers in member provinces. This is the Federal-Provincial Agreement for Chicken (the Chicken FPA).

All provinces are currently members of the Agency. (After a gap of five years, Alberta rejoined the FPA in 2017–18.) Each province has a representative on CFC's Board of Directors. Four other Board members

represent industry stakeholders: two directors from the CPEPC, one member from the FPPAC, and one from Restaurants Canada. The Board meets every eight weeks to discuss subjects such as quota allocation, anticipated growth rate, on-farm food safety, animal welfare and regulatory issues.

Canadian Chicken Value Chain

CFC chicken farmers purchase vaccinated, day-old chicks from hatcheries. The chicks are placed in climate-controlled trucks and delivered to chicken farmers. After five or more weeks in barns, depending on market requirements, the chickens are transported to processing plants. At the plants, the chickens are processed and sold to the food service, restaurant and retail sectors, or to a processor for further processing (such as the preparation of frozen dinners, chicken nuggets or meat pies).

FPCC's Work with CFC

Council member Maryse Dubé attended the CFC Board of Directors' allocation and industry meetings as an observer.

CFC's most important work in recent years, strongly endorsed by FPCC, consisted of building consensus among the provinces for amendments to Schedule B of the Chicken FPA (also known as the Operating Agreement). These amendments required the unanimous consent and signature of provincial supervisory boards, provincial commodity

boards and CFC. They were designed to align the FPA with the Long-term Allocation Agreement for Chicken, an interprovincial accord on integrating new measures of differential growth into CFC's allocation methodology. After all the provincial supervisory agencies and boards had signed the agreement, the amendments were forwarded to FPCC. FPCC's role is to ensure the amendments to the Operating Agreement do not necessitate amendments to the Proclamation in which case GIC approval would be required.

The Council reviewed the amendments at a meeting on October 31, and determined that it was not necessary to seek approval from the Governor in Council. With the approval of the amendments, the way was open for Alberta to rejoin the Agency in November 2017.

Quota Allocation

Under the *Canadian Chicken Marketing Quota Regulations*, CFC allocates the quota for chicken production over a rolling eight-week period. CFC uses this time frame so that it can adjust allocation quickly in response to market factors. CFC administers three quota allocations:

- The Domestic Allocation covers broilers to be produced for the domestic chicken market.
- The Market Development Allocation aims to encourage expanded use of Canadian chicken and chicken products, while balancing the domestic consumption of white and dark meat.

- The Specialty Production Allocation is intended to facilitate the planned production and marketing of specialty chicken breeds that do not compete directly with mainstream chicken production and marketing.

In 2017, chicken production increased by 4.8 percent over 2016, mainly because of higher demand and tighter border controls on illegal imports of spent fowl. To meet the demand, CFC requested that the Council approve allocations throughout the 2017–18 fiscal year which resulted in an allocation growth of 6.1 percent over production in the previous fiscal year.

Levies Order

In January 2018, the Council approved an amendment to the *Canadian Chicken Marketing Levies Order*, supported by a report on the Agency's projected 2018 budget. The amendment provided for maintenance of the national levy at 0.53 cents per kilogram (live weight) of chicken, effective April 1, 2018.

For details of FPCC decisions on quota and levy amendments concerning this agency in 2017–18, see the tables in the Annex.



THE HATCHING EGG AGENCY



The Canadian Hatching Egg Producers (CHEP) is the national agency responsible for the orderly marketing of broiler hatching eggs in Canada. Originally known as the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency, CHEP was established in 1986 further to an agreement between the Government of Canada, the provincial agriculture ministers and broiler hatching egg producers in member provinces. This is the Federal-Provincial Agreement for Broiler Hatching Eggs.

Commodity boards in six provinces – British Columbia, Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Ontario and Quebec – are party to the Federal-Provincial Agreement. Producers in each participating province elect a representative to sit on CHEP's Board of Directors. Another two directors represent the Canadian Hatchery Federation.

Canadian Hatching Egg Value Chain

Fertilized broiler hatching eggs are sent to hatcheries. There they are placed in incubators to hatch, 21 days later, as broiler chicks. The hatcheries sell the chicks to chicken farmers, who grow them into chickens for human consumption.

Quota Allocation

Under the *Canadian Hatching Egg Producers Quota Regulations*, CHEP allocates production quotas for a calendar year. At their summer meeting,

the CHEP board of directors approves an updated of the current year allocation, as well as the allocation for the upcoming year allocation. CHEP administers two quota allocations:

- The Interprovincial and Intraprovincial Trade quota, which is used to supply the domestic market, and
- the Export Trade quota, which but this is not currently used.

In 2017, the Canadian broiler hatching egg industry benefited from the strong consumer demand for chicken. Broiler hatching egg production reached 747.3 million eggs, an increase of 4.6 percent from 2016. Imports of broiler hatching eggs and chicks (in egg equivalent, that is, eggs and chicks combined) rose by 12.3 percent, to 172.0 million. The supply of hatching eggs and chicks (in egg equivalent) available in Canada in 2017 totalled 919.3 million, an increase of 5.7 percent from 2016.

For the six signatory provinces, in 2017 the Council approved a final allocation for the year of 706.7 million broiler hatching eggs; this represented an increase of 6.7 percent above production in 2016 in these provinces. The Council also approved an initial allocation for 2018 of 738.3 million broiler hatching eggs, an increase of 4.5 percent above the 2017 final allocation for the six signatory provinces.

Levies Order

In 2017–18, the Council approved amendments to the *Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Levies Order*. The amendments provided for increases to provincial levies, as well as to the levy rate for eggs marketed from a non-signatory to a signatory province. There was no change to the national levy.

FPCC's Work with CHEP

In 2017–18, Interim Chairman Mike Pickard, supported by FPCC staff, attended CHEP's Board of Directors meetings as an observer. During the year, FPCC encouraged CHEP to redraft its Liquidated Damages Agreement, which sets out the penalties for overproduction and the methodology for calculating them. Council members approved the new agreement in July 2017.

For details of FPCC decisions on quota and levy amendments concerning this agency in 2017–18, see the tables in the Annex.

PROMOTION AND RESEARCH AGENCIES

The Farm Products Council of Canada has the responsibility of working with promotion and research agencies (PRAs) established under Part III of the *Farm Products Agencies Act*. Currently, there is one such agency: the Canadian Beef Check-Off Agency. FPCC supervises its operations, reviews its annual business plan as well as its promotion and research plan, and considers requests for approval of amendments to its levies.

Regulatory Framework

In 1993, the *Farm Products Agencies Act* (FPAA) was amended to include Part III. This states that the Governor in Council may, by proclamation, establish an agency for the promotion and research of a farm product where it is satisfied that a majority of the aggregate of producers and, where applicable, importers supports such action.

Powers of a Promotion and Research Agency

A promotion and research agency created under Part III of the FPAA has similar objects to a national marketing agency created under Part II of the Act: to promote a strong, efficient and competitive industry by promoting the marketing and production of the regulated products and by conducting and promoting research activities relating to them, with due regard for the interests of producers, consumers and (where applicable) importers.

In two important aspects, a PRA differs from a national marketing agency created under Part II of the FPAA:

- It has no authority to establish quotas or otherwise regulate production.
- It has the authority to collect a levy not only on domestic production and exports, but also on imports of the regulated product when conditions of national treatment¹ are met.

The PRA uses the funds that it collects to implement a promotion and research plan. This may include activities such as promotion and advertising programs, consumer information communications, and research on production, product development, quality and markets.

Requests for Agency Status Under Part III

Under Part III of the FPAA, the Council provides guidance to commodity groups interested in the promotion and research agency model.

¹ National treatment: Equal treatment for imported and locally produced goods. The levy on imported products cannot be higher than that on similar products produced domestically. See <https://www.wto.org>.

During 2017–18, FPCC reviewed and updated its publication, Guidelines for establishing a promotion and research agency (PRA) available on its Web site (www.fpcc-cpac.gc.ca). The publication targets stakeholders interested in the creation of a PRA for a specific commodity. It provides information that will better equip them to put together a solid proposal.

The guidelines are particularly useful for smaller commodity groups, which might benefit from creating a PRA as a means to organize themselves nationally, and to expand their markets by coordinating promotion and research activities across Canada.

FPCC is responsible for processing requests for the creation of PRAs. In 2017–18, the Council received requests from the barley and industrial hemp industries for the establishment of PRAs. The Council is expected to consider the requests and hold public hearings during 2018–19.





THE BEEF AGENCY

The Canadian Beef Check-Off Agency helps beef producers expand their markets and increase sales through a national mechanism for the collection of funds for promotion and research activities. Consumers benefit as well from increased access to information on beef products, including their quality and nutritional profile.

Legally known as the Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency, the Check-Off Agency was established in 2002 under Part III of the FPAA. It has authority to promote the marketing and production of beef cattle, beef and beef products for the purposes of interprovincial, export and import trade. It also is authorized to conduct and promote research activities related to beef and beef products.

There are 16 members on the Agency's Board of Directors. Producers have 10 representatives: two for Alberta and one each for British Columbia, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, Quebec, New Brunswick, Nova Scotia and Prince Edward Island. Non-producers have six representatives: four named by the Canadian Meat Council to represent beef and veal processors, traders, brokers and exporters; one named by the Canadian Association of Importers and Exporters to represent importers; and one named by delegates at the Agency's annual forum to represent the retail and food service sector.

Every seller of beef cattle in interprovincial trade must pay the Agency a levy on each head of beef cattle sold. Each importer must pay the Agency the same levy on each head of beef cattle imported, or the equivalent of the per-head levy for imported beef and imported beef products. Provinces collect the levies on both intraprovincial and interprovincial marketing, the latter further to a service agreement with the Agency. To keep business information confidential, the Agency directly collects the levy on imports in collaboration with Agriculture and Agri-Food Canada.

FPCC's Work with the Canadian Beef Check-Off Agency

In 2017–18, provincial cattle associations challenged some aspects of the Check-Off Agency's structure. One suggestion was that the Agency's Marketing Division should report to a separate board of directors having marketing experience. No decisions were reached in the year, but the Agency is expected to adopt a new governance structure in 2018–19. FPCC will work with the Agency to ensure that the new structure complies with the FPAA and the *Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency Proclamation*.

Interim Chairman Mike Pickard, supported by FPCC staff, attended the Check-Off Agency's Board of Directors meetings as an observer throughout 2017-18.

Levies Order

In 2017–18, the Agency reviewed the existing service agreements with its provincial members. It gave particular attention to the federal levy, charged on beef cattle marketed in interprovincial and export trade, as well as to the import levy, charged on beef cattle and beef products imported into Canada.

To implement an increase to the federal levy from \$1.00 to \$2.50 per head of beef cattle, the Agency negotiated Agency Management and Service Agreements with each signatory provincial cattle association. As of March 31, 2018, all provinces except Ontario and Quebec had agreed to increase the federal levy to \$2.50 per head of beef cattle. Once all provinces have signed the new agreements and increased the federal levy to \$2.50 per head of beef cattle, the import levy will be amended to reflect the new levy amount.

Under the guidance of the Board of Directors, the Beef Cattle Research Council manages the Agency's research activities. The Board also monitors and reviews promotional activities conducted under the aegis of the Agency.

For details of FPCC decisions on levy amendments concerning this agency in 2017–18, see the table in the Annex.



OTHER FPCC ACTIVITIES



The Farm Products Council of Canada oversees the application of regulations to regulated agricultural industries. It helps ensure timely implementation of amendments to orders and regulations under the FPAA or the *Agricultural Products Marketing Act* (APMA).¹ FPCC also works closely with provincial supervisory boards, particularly through the National Association of Agri-Food Supervisory Agencies and provincial commodity boards, with respect to regulation at the provincial level.

Throughout 2017–18, FPCC continued to keep the office of the Minister of Agriculture and Agri-Food informed about regulatory matters related to the administration of the FPAA and APMA. FPCC also continued to provide technical regulatory assistance to national agencies, supervisory boards and provincial commodity boards in relation to the two acts.

In the process of implementing new and revised regulations, FPCC acted as liaison between the national agencies, provincial boards, and several federal departments and agencies, including the Department of Justice Canada, the Treasury Board of Canada Secretariat and the Privy Council Office.

¹ The APMA allows the federal government to delegate to the provincial commodity boards the authority to set and collect levies for the marketing of agricultural products in interprovincial and export trade. The APMA delegation orders dictate the process to be followed in setting and updating levies.

Through an agreement with Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC), FPCC is responsible for administering the APMA. In November 2017, the Minister of Agriculture and Agri-Food decided on a long-term strategy for modernizing the APMA.

Since 2002, there had been concerns that certain federal levies were not being formally updated as required through the federal regulatory system before collection began at the new levy rate; this created a legal risk for the provincial commodity boards.

In January 2018, AAFC and FPCC signed a Memorandum of Understanding that specifies the responsibilities of each in the implementation of the modernization strategy. During 2017–18, of the initial 14 delegation orders identified for priority action, FPCC staff processed 13 and submitted them to the Department of Justice Canada for review. The process was completed for 5 of these, and the amended orders were published in the *Canada Gazette*, Part II.

Also during 2017–18, FPCC collaborated with AAFC in responding to the parliamentary Standing Joint Committee for the Scrutiny of Regulations, concerning the Joint Committee's inquiries about regulatory instruments made under APMA and FPAA.



ANNEX - 2017-18 FPCC DECISIONS ON QUOTA AMENDMENTS

Agency	Date of Decision	Status	Type of Quota	Applicable Timeframe	New Quota Amount	Comments / Details
Egg Farmers of Canada	September 2017	Approved	Export Market Development Quota	March 26, 2017 to December 30, 2017	-	Removal of Export Market Development Quota category from Quota Regulations.
	October 2017	Approved	Vaccine Quota	January 1, 2018 to December 30, 2018	-	Vaccine Quota remained the same as in 2017.
	December 2017	Approved	Federal Quota	December 31, 2017 to December 29, 2018	692,605,522 (dozen)	An increase of 4.0% from 2017.
		Approved	Special Temporary Market Requirement Quota	December 31, 2017 to December 29, 2018	-	Special Temporary Market Requirement Quota to remain at zero for 2018.
		Approved	Eggs for Processing Quota	December 31, 2017 to December 29, 2018	-	Eggs for Processing Quota remained the same as in 2017.
Chicken Farmers of Canada	June 2017	Approved	A-145	August 6, 2017 to September 30, 2017	257,426,910 (kg, live weight)	A 7.9% increase over the same weeks in 2016.
		Approved	A-146	October 1, 2017 to November 25, 2017	255,710,292 (kg, live weight)	A 6.6% increase over the same weeks in 2016.
	September 2017	Approved	A 146	October 1, 2017 to November 25, 2017	259,175,969 (kg, live weight)	Amendment to A-146 due to increasing demand which brings the increase over the same weeks in 2016 to 8%.
	October 2017	Approved	A-147	November 26, 2017 to January 20, 2018	253,069,403 (kg, live weight)	An 8.3% increase over the same weeks in 2016.
		Approved	A-148	January 21, 2018 to March 17, 2018	256,938,095 (kg, live weight)	An 5.2% increase over the same weeks in 2016.
	January 2018	Approved	A-149	March 18, 2018 to May 12, 2018	263,555,046 (kg, live weight)	A 4.7% increase over the same weeks in 2017.
		Approved	A-150	May 13, 2018 to July 7, 2018	266,638,090 (kg, live weight)	A 7.8% increase over the same weeks in 2017.

Agency	Date of Decision	Status	Type of Quota	Applicable Timeframe	New Quota Amount	Comments / Details
Turkey Farmers of Canada	April 2017	Approved	Amendment to Federal Quota	2017/2018 Control Period	180,622,141 (kg, evis. weight)	A decrease of 3.2% from the previous control period.
		Approved	Amendment to Federal Quota	2017/2018 Control Period	180,622,141 (kg, evis. weight)	An amendment of "control period" definition
	September 2017	Approved	Amendment to Federal Quota	2017/2018 Control Period	182,053,262 (kg, evis. weight)	An increase of 0.8% from the previous allocation amendment.
	October 2017	Approved	Amendment to Federal Quota	2017/2018 Control Period	184,259,941 (kg, evis. weight)	An increase of 1.2% from the previous allocation adjustment.
	January 2018	Approved	Amendment to Federal Quota	2018/2019 Control Period	176,257,093 (kg, evis. weight)	A decrease of 4.3% from the previous control period.
Canadian Hatching Egg Producers	September 2017	Approved	2017 Final Allocation	January 1, 2016 to December 31, 2016	706,686,973 (broiler hatching eggs)	An increase of 6.4% above production in 2016.
		Approved	2018 Initial Allocation	January 1, 2017 to December 31, 2017	738,277,083 (broiler hatching eggs)	An increase of 4.5% above the final allocation for 2017.

Source: FPCC

ANNEX - 2017-18 FPCC DECISIONS ON LEVY AMENDMENTS

Agency	Date of Decision	Status	Applicable Timeframe	Change in Levy Amount	New National Levy Amount	Comments / Details
Egg Farmers of Canada	September 2017	Approved	Date of Registration to March 31, 2019	-	0.3375 (\$/dozen)	Removal of Export Market Development Quota category from Levy Regulations.
	December 2017	Approved	February 25, 2018 to March 31, 2019	-\$0.02/dozen	0.3175 (\$/dozen)	Decrease in levy for Pooled Income Fund.
Chicken Farmers of Canada	September 2017	Approved	April 1, 2017 to March 31, 2018	-	0.0053 (\$/kg, live weight)	Amendment regarding Nova Scotia production for personal consumption.
	January 2018	Approved	April 1, 2018 to March 31, 2019	-	0.0053 (\$/kg, live weight)	Amendment to the expiry date
		Approved	January 21, 2018 to March 31, 2018	-	0.0053 (\$/kg, live weight)	Increase in provincial levies for New Brunswick and Prince Edward Island
Turkey Farmers of Canada	May 2017	Approved	May 1, 2017 to March 31, 2018	-	0.0018 (\$/kg, live weight)	Increase in Nova Scotia provincial levy.
	March 2018	Approved	Date of Registration to March 31, 2019	-	0.0018 (\$/kg, live weight)	Amendment to the expiry date.
Canadian Hatching Egg Producers	May 2017	Approved	Date of Registration to June 23, 2018	-	0.0032 (\$/broiler hatching egg)	Increase in provincial levies for British Columbia and Ontario as well as the non-signatory levy.
	July 2017	Approved	Date of Registration to June 23, 2018	-	0.0032 (\$/broiler hatching egg)	Decrease in provincial levy for British Columbia as well as the non-signatory levy.
	January 2018	Approved	Date of Registration to June 23, 2019	-	0.0032 (\$/broiler hatching egg)	Amendment to the expiry date and an increase in provincial levy for Quebec, as well as non-signatory provinces.
Beef PRA	May 2017	Approved	Date of Registration to March 29, 2019	-	2.50 (\$/head)	Increase in Prince Edward Island provincial levy.
	September 2017	Approved	Date of Registration to March 29, 2019	-	2.50 (\$/head)	Increase in the national levy of \$1.50/head for Manitoba and an increase in the national and provincial levies for British Columbia of \$2.00/head.
	October 2017	Approved	Date of Registration to June 29, 2018	-	2.50 (\$/head)	Increase in national levy for New Brunswick.
	March 2018	Approved	Date of Registration to June 29, 2019	-	2.50 (\$/head)	Increase in national levy for Alberta and Saskatchewan.

Source: FPCC

GLOSSARY

AAFC	Agriculture and Agri-Food Canada
APMA	<i>Agricultural Products Marketing Act</i>
CFC	Chicken Farmers of Canada
CHEP	Canadian Hatching Egg Producers
CPEPC	Canadian Poultry and Egg Processors Council
EFC	Egg Farmers of Canada
FPA	Federal-Provincial Agreement
FPAA	<i>Farm Products Agencies Act</i>
FPCC	Farm Products Council of Canada
FPPAC	Further Poultry Processors Association of Canada
GIC	Governor in Council
ISP	Integrated Solution Project
PIF	Pool Income Fund
PRA	Promotion and Research Agency
TFC	Turkey Farmers of Canada

NOTES

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

AAC	Agriculture et Agroalimentaire Canada
ACSV	Association canadienne des surtransformateurs de volailles
AFP	Accord fédéral-provincial
CCTOV	Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles
CPAC	Conseil des produits agricoles du Canada
ÉDC	Les Éleveurs de dindon du Canada
LCPA	<i>Loi sur la commercialisation des produits agricoles</i>
LOPA	<i>Loi sur les offices des produits agricoles</i>
OPR	Office de promotion et de recherche
POC	Les Producteurs d'œufs du Canada
POIC	Les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada
PPC	Les Producteurs de poulet du Canada

ANNEXE - DÉCISIONS DU CPAC CONCERNANT LA MODIFICATION DES ORDONNANCES SUR LES REDEVANCES À PAYER – 2017-18

CPAC	Date de décision	Statut	Période d'application	Variation du taux de redevance	Nouveau taux de la redevance	Commentaires / Détails
Les Producteurs d'œufs du Canada	Septembre 2017	Approuvée	De la date d'enregistrement au 31 mars 2019		0,3375 (\$/douzaine)	Retrait de la catégorie de contingent d'expansion du marché d'exportation du Règlement sur les redevances à payer
	Décembre 2017	Approuvée	Du 25 février 2018 au 31 mars 2019	-0,02 \$/douzaine	0,3175 (\$/douzaine)	Diminution de la redevance destinée au Fonds de péréquation.
	Septembre 2017	Approuvée	Du 1 ^{er} avril 2017 au 31 mars 2018		0,0053 (\$/kg, poids vif)	Modification concernant la production pour consommation personnelle en Nouvelle-Écosse.
Les Producteurs de poulet du Canada	Janvier 2018	Approuvée	Du 1 ^{er} avril 2018 au 31 mars 2019		0,0053 (\$/kg, poids vif)	Modification de la date d'expiration
		Approuvée	Du 21 janvier au 31 mars 2018		0,0053 (\$/kg, poids vif)	Augmentation de la redevance provinciale au Nouveau-Brunswick et à l'Île-du-Prince-Édouard.
	Mai 2017	Approuvée	Du 1 ^{er} mai 2017 au 31 mars 2018		0,0018 (\$/kg, poids vif)	Augmentation de la redevance provinciale en Nouvelle-Écosse
Les Éleveurs de dindon du Canada	Mars 2018	Approuvée	De la date d'enregistrement au 31 mars 2019		0,0018 (\$/kg, poids vif)	Modification de la date d'expiration.
	Mai 2017	Approuvée	De la date d'enregistrement au 23 juin 2018		0,0032 (\$/œuf d'incubation de poulet à chair)	Augmentation de la redevance provinciale en Colombie-Britannique et en Ontario ainsi que dans les provinces non signataires
Les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada	Mai 2017	Approuvée	De la date d'enregistrement au 23 juin 2018		0,0032 (\$/œuf d'incubation de poulet à chair)	Diminution de la redevance provinciale en Colombie-Britannique ainsi que dans les provinces non signataires.
	Juillet 2017	Approuvée	De la date d'enregistrement au 23 juin 2018		0,0032 (\$/œuf d'incubation de poulet à chair)	Modification de la date d'expiration et augmentation de la redevance provinciale au Québec ainsi que dans les provinces non signataires
	Janvier 2018	Approuvée	De la date d'enregistrement au 23 juin 2019		2,50 (\$/animal)	Augmentation de la redevance nationale en Alberta et en Saskatchewan
OPR pour le bœuf	Mai 2017	Approuvée	De la date d'enregistrement au 29 mars 2019		2,50 (\$/animal)	Augmentation de la redevance à l'Île-du-Prince-Édouard.
	Septembre 2017	Approuvée	De la date d'enregistrement au 29 mars 2019		2,50 (\$/animal)	Augmentation de la redevance nationale de 1,50 \$/animal au Manitoba et augmentation de la redevance nationale et de la redevance provinciale de 2,00 \$/animal en Colombie-Britannique
	Octobre 2017	Approuvée	De la date d'enregistrement au 29 juin 2018		2,50 (\$/animal)	Augmentation de la redevance nationale au Nouveau-Brunswick.
	Mars 2018	Approuvée	De la date d'enregistrement au 29 juin 2019		2,50 (\$/animal)	Augmentation de la redevance nationale en Alberta et en

Source : C

Date de décision	Statut	Type de contingent	Période d'application	Nouveau contingent	Commentaires / Détails	
Les Éleveurs de dindons du Canada	Approuvée	Modification du contingent fédéral	Période réglementée 2017- 2018	180 622 141 (kg, poids éviscéré)	Chute de 3,2 % par rapport à la période réglementée précédente.	
	Approuvée	Modification du contingent fédéral	Période réglementée 2017- 2018	180 622 141 (kg, poids éviscéré)	Modification de la définition de « période réglementée »	
	Approuvée	Modification du contingent fédéral	Période réglementée 2017- 2018	182 053 262 (kg, poids éviscéré)	Augmentation de 0,8 % par rapport à la période de contingentement précédente.	
	Approuvée	Modification du contingent fédéral	Période réglementée 2017- 2018	184 259 941 (kg, poids éviscéré)	Augmentation de 1,2 % par rapport à la période de contingentement précédente.	
	Approuvée	Modification du contingent fédéral	Période réglementée 2018- 2019	176 257 093 (kg, poids éviscéré)	Chute de 4,3 % par rapport à la période réglementée précédente.	
	Approuvée	Allocation finale pour 2017	Du 1 ^{er} janvier au 31 décembre 2016	706 686 973 (œufs d'incubation de poulet à chair)	Augmentation de 6,4 % par rapport à la production de 2016.	
Les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada	Approuvée	Allocation initiale pour 2018	Du 1 ^{er} janvier au 31 décembre 2017	738 277 083 (œufs d'incubation de poulet à chair)	Augmentation de 4,5 % par rapport à l'allocation finale de 2017.	

ANNEXE – DÉCISIONS DU CPAC À L'ÉGARD DES MODIFICATIONS DE CONTINGENTS – 2017-18

Office	Date de décision	Statut	Type de contingent	Finale d'approbation	Nouveau contingent	Commentaires / Détails
Les Producteurs d'œufs du Canada	Septembre 2017	Approuvée	Contingent d'expansion du marché d'exportation	Du 26 mars au 30 décembre 2017		Retrait de la catégorie de contingent d'expansion du marché d'exportation du Règlement sur le contingentement.
	Octobre 2017	Approuvée	Contingent de vaccins	Du 1 ^{er} janvier au 30 décembre 2018		Le contingent de vaccins est demeuré le même qu'en 2017.
	Décembre 2017	Approuvée	Contingent fédéral	Du 31 décembre 2017 au 29 décembre 2018	692 605 522 (douzaines)	Augmentation de 4,0 % par rapport à 2017.
		Approuvée	Contingent spécial pour les besoins temporaires du marché	Du 31 décembre 2017 au 29 décembre 2018		Le contingent spécial pour les besoins temporaires du marché est demeuré à zéro pour 2018.
		Approuvée	Contingent de transformation	Du 31 décembre 2017 au 29 décembre 2018		Le contingent de transformation est demeuré le même qu'en 2017.
Les Producteurs de poulet du Canada	Juin 2017	Approuvée	A 145	Du 6 août au 30 septembre 2017	257 426 910 (kg, poids vif)	Augmentation de 7,9 % par rapport à la même période en 2016.
		Approuvée	A-146	Du 1 ^{er} octobre au 25 novembre 2017	255 710 292 (kg, poids vif)	Augmentation de 6,6 % par rapport à la même période en 2016.
	Septembre 2017	Approuvée	A 146	Du 1 ^{er} octobre au 25 novembre 2017	259 175 969 (kg, poids vif)	Modification du contingent de la période A-146 en raison d'une augmentation de la demande, ce qui porte à 8 % la hausse par rapport à la même période en 2016.
	Octobre 2017	Approuvée	A-147	Du 26 novembre 2017 au 20 janvier 2018	253 069 403 (kg, poids vif)	Augmentation de 8,3 % par rapport à la même période en 2016.
		Approuvée	A-148	Du 21 janvier au 17 mars 2018	256,938,095 (kg, poids vif)	Augmentation de 5,2 % par rapport à la même période en 2016.
	Janvier 2018	Approuvée	A-149	Du 18 mars au 12 mai 2018	263 555 046 (kg, poids vif)	Augmentation de 4,7 % par rapport à la même période en 2017.
		Approuvée	A 150	Du 13 mai au 7 juillet 2018	266 638 090 (kg, poids vif)	Augmentation de 7,8 % par rapport à la même période en 2017.

Conformément à une entente conclue avec Agriaffaires et Agriaffaires Canada (AAC), le CPAC est chargé de l'application de la LCPA. En novembre 2017, le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire a décidé d'une stratégie à long terme visant à moderniser la LCPA.

Depuis 2002, des préoccupations ont été soulevées, selon lesquelles certaines redevances fédérales n'avaient pas officiellement été mises à jour, comme il est requis de le faire, par l'entremise du système de réglementation fédéral avant le début de la collecte des redevances au nouveau taux. Cela a créé un risque juridique pour les offices provinciaux de commercialisation.

En janvier 2018, AAC et le CPAC ont signé un protocole d'entente précisant les responsabilités de chacun dans la mise en œuvre de la stratégie de modernisation. Au cours de l'exercice 2017-2018, parmi les 14 ordonnances de délégation considérées comme prioritaires, 13 ont été traitées par le personnel du CPAC, qui les a déposées auprès du ministre de la Justice du Canada à des fins d'examen. Le processus a été complété pour cinq de ces ordonnances, et les ordonnances modifiées ont été publiées dans la partie II de la *Gazette du Canada*.

De plus, au cours de l'exercice 2017-2018, le CPAC a collaboré avec AAC pour donner suite aux questions du Comité mixte permanent d'examen de la réglementation du Parlement sur les instruments réglementaires adoptés en vertu de la LOPA et de la LCPA.





Le Conseil des produits agricoles du Canada veille à l'application des règlements régissant les industries agricoles. Il aide à assurer la mise en œuvre opportune de modifications aux ordonnances et aux règlements en vertu de la LOPA et de la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles* (LCPA)¹. De plus, le CPAC collabore étroitement avec les régies agroalimentaires provinciales, en particulier par l'entremise de l'Association nationale des régies agroalimentaires ainsi que des offices provinciaux de commercialisation, pour ce qui est de la réglementation au niveau provincial.

En 2017-2018, le CPAC a continué de tenir informé le cabinet du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire sur les questions réglementaires touchant l'administration de la LOPA et de la LCPA. Le CPAC a également continué de fournir des conseils techniques et réglementaires aux offices nationaux de commercialisation, aux régies agroalimentaires provinciales et aux offices provinciaux de commercialisation en ce qui concerne ces deux lois.

Dans le cadre du processus de mise en œuvre de règlements nouveaux et révisés, le CPAC a assuré la liaison entre les offices nationaux, les régies et les offices provinciaux et plusieurs ministères et organismes fédéraux, y compris le ministère de la Justice du Canada, le Secrétariat du Conseil du Trésor et le Bureau du Conseil privé.

¹ La LCPA permet au gouvernement fédéral de déléguer aux offices provinciaux de commercialisation le pouvoir d'établir et de percevoir des redevances pour la commercialisation de produits agricoles dans le cadre du commerce interprovincial et d'exportation. Les ordonnances de délégation de pouvoirs aux termes de la LCPA prévoient le processus à suivre pour établir et mettre à jour les redevances.

Ordonnance sur les redevances à payer

En 2017-2018, l'Agence a examiné les ententes de service actuelles conclues avec ses membres provinciaux. Elle s'est penchée notamment sur la redevance fédérale imposée sur le bovin de boucherie vendu dans le cadre du commerce interprovincial et d'exportation, ainsi que sur la redevance d'importation imposée sur le bovin de boucherie et les produits du bœuf importés au Canada.

Pour procéder à une augmentation de la redevance fédérale de 1 \$ à 2,50 \$ par bovin de boucherie, l'Agence a négocié des ententes de gestion et de service avec chacune des associations provinciales de producteurs de bovins signataires.

En date du 31 mars 2018, toutes les provinces, sauf l'Ontario et le Québec, avaient accepté l'augmentation de la redevance fédérale à 2,50 \$ par bovin de boucherie. Une fois que toutes les provinces auront signé les nouvelles ententes et augmenté la redevance fédérale à 2,50 \$ par bovin de boucherie, la redevance des importations sera modifiée pour refléter le nouveau montant de la redevance. Sous la direction du conseil d'administration, le Beef Cattle Research Council administre les activités de recherche de l'Agence. Par ailleurs, le conseil d'administration surveille et examine les activités de promotion réalisées sous l'égide de l'Agence.

Pour plus de détails sur les décisions du CPAC concernant les modifications aux redevances de cette agence en 2017-2018, voir le tableau qui figure à l'annexe.



L'Agence canadienne de prélèvement du bœuf aide les producteurs de bœuf à élargir leurs marchés et à augmenter leurs ventes à l'aide d'un mécanisme national de collecte de fonds pour financer des activités de promotion et de recherche. Les consommateurs profitent aussi d'un meilleur accès aux renseignements sur les produits du bœuf, y compris leur qualité et leur profil nutritionnel.

Sous l'appellation officielle d'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie, l'Agence a été créée en 2002 en vertu de la partie III de la LOPA. Elle est autorisée à promouvoir la commercialisation et la production de bovins de boucherie, de bœuf et de produits du bœuf sur les marchés interprovincial, d'exportation et d'importation, ainsi qu'à mener et à promouvoir des activités de recherche liées au bœuf et aux produits du bœuf.

Le conseil d'administration de l'Agence est constitué de 16 membres. Les producteurs ont dix représentants : deux pour l'Alberta, un pour la Colombie-Britannique, un pour la Saskatchewan, un pour le Manitoba, un pour l'Ontario, un pour le Québec, un pour le Nouveau-Brunswick, un pour la Nouvelle-Écosse et un pour l'Île-du-Prince-Édouard. Les non-producteurs ont six représentants : quatre sont nommés par le Conseil des viandes du Canada pour représenter les transformateurs de bœuf et de veau, les commerçants, les courtiers et les exportateurs; un est nommé par l'Association canadienne des importateurs et des exportateurs pour représenter les importateurs; et un est nommé par les délégués participant au forum annuel de l'Agence pour représenter le secteur de la vente au détail et de la restauration.

Tout vendeur de bovins de boucherie destinés au marché interprovincial verse à l'Agence une redevance sur chaque animal vendu. Chaque importateur doit verser à l'Agence la même redevance par animal sur les bovins importés, ou l'équivalent de la redevance par animal sur les bovins de boucherie et les produits du bœuf qui sont importés. Les provinces perçoivent les redevances imposées sur le commerce intraprovincial et interprovincial, et dans le second cas, elles le font conformément à une entente de service conclue avec l'Agence. Pour protéger la confidentialité des renseignements commerciaux, l'Agence perçoit directement les redevances sur les importations, en collaboration avec Agriculture et Agroalimentaire Canada.

Travail du CPAC auprès de l'Agence canadienne de prélèvement du bœuf

Les associations provinciales de producteurs de bovins ont contesté certains aspects de la structure organisationnelle de l'Agence en 2017-2018. On a suggéré entre autres que la direction du marketing de l'Agence relève d'un conseil d'administration distinct ayant de l'expérience en matière de commercialisation. Aucune décision n'a été rendue au cours de l'année, mais on s'attend à ce que l'Agence adopte une nouvelle structure de gouvernance en 2018-2019. Le CPAC collaborera avec l'Agence pour s'assurer que la nouvelle structure est conforme à la LOPA et à la *Proclamation visant l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie*. En 2017-2018, le président intérimaire, Mike Pickard, a assisté aux réunions du conseil d'administration de l'Agence canadienne de prélèvement du bœuf à titre d'observateur, soutenu par des membres du personnel du CPAC.

Durant l'exercice 2017-2018, le CPAC a examiné et mis à jour sa publication, *Lignes directrices pour la création d'office de promotion et de recherche*, qui peut être consultée sur son site Web (www.fpsc-cpac.gc.ca). La publication vise les intervenants qui s'intéressent à la création d'un OPR pour un produit spécifique.

Elle fournit des renseignements pour les aider à préparer une bonne proposition. Ces lignes directrices sont particulièrement utiles pour les groupes sectoriels plus petits, lesquels pourraient tirer profit de la création d'un OPR comme moyen de s'organiser à l'échelle nationale et d'étendre leurs marchés en coordonnant leurs activités de promotion et de recherche partout au Canada.

Il incombe au CPAC de traiter les demandes de création d'OPR qui lui sont présentées. En 2017-2018, le Conseil a reçu des projets de création d'OPR pour l'orge et le chanvre industriel. Le Conseil étudiera ces propositions et devrait tenir des audiences publiques au cours de l'exercice 2018-2019.



Le Conseil des produits agricoles du Canada a la responsabilité de travailler avec les offices de promotion et de recherche (OPR) créés en vertu de la partie III de la *Loi sur les offices des produits agricoles* (LOPA). À l'heure actuelle, il n'existe qu'un office semblable : l'Agence canadienne de prélèvement du bœuf. Le CPAC supervise ses opérations, examine son plan d'affaires annuel et son plan de promotion et de recherche, et étudie les demandes d'approbation de modification à ses redevances.

Cadre de réglementation

En 1993, la LOPA a été modifiée pour inclure la partie III, dans laquelle il est mentionné que le gouverneur en conseil peut, par proclamation, créer un office de promotion et de recherche pour un produit agricole lorsqu'il est convaincu que la majorité de l'ensemble des producteurs et, le cas échéant, des importateurs sont d'accord avec une telle action.

Pouvoirs d'un office de promotion et de recherche

Un office de promotion et de recherche créé en vertu de la partie III de la LOPA a des objectifs semblables à ceux d'un office national de commercialisation créé en vertu de la Loi : favoriser l'efficacité et la compétitivité du secteur en faisant la promotion de la production et de la commercialisation des produits réglementés et en encourageant la réalisation de recherches en lien avec ces produits, tout en veillant à protéger les intérêts des producteurs, des consommateurs et, le cas échéant, des importateurs.

Deux aspects importants distinguent un OPR d'un office national de commercialisation créé en vertu de la partie II de la LOPA :

- Il n'a pas le pouvoir d'établir des contingents ou de réguler autrement la production.
- Il peut percevoir des redevances non seulement sur la production nationale et les exportations, mais également sur les importations du produit réglementé si les conditions relatives au traitement national¹ sont respectées.

L'OPR utilise les fonds qu'il perçoit pour mettre en œuvre un plan de promotion et de recherche. Cela peut inclure des activités comme les programmes de promotion et de publicité, la communication de renseignements aux consommateurs et la recherche sur la production, le développement de produits, la qualité et les marchés.

Demande de statut d'office en vertu de la partie III

Conformément à la partie III de la LOPA, le CPAC fournit de l'orientation aux groupes sectoriels s'intéressant au modèle d'office de promotion et de recherche.

¹ Traitement national : Traitement équivalent appliqué aux marchandises importées et aux marchandises produites au pays. Les redevances imposées sur les marchandises importées ne peuvent pas être supérieures à celles imposées sur des marchandises similaires qui sont produites au pays. Voir <https://www.wto.org>.

des POIC approuve une mise à jour du contingent de l'année en cours, ainsi que le contingent pour l'année suivante. Les POIC administreront deux types de contingents :

- Le contingent du commerce interprovincial et intraprovincial, qui est utilisé pour approvisionner le marché national.
- Le contingent du commerce d'exportation, qui n'est pas actuellement utilisé.

En 2017, l'industrie canadienne des œufs d'incubation de poulet de chair a bénéficié de la forte demande des consommateurs pour le poulet. La production d'œufs d'incubation de poulet à chair a atteint 747,3 millions d'œufs, ce qui représente une augmentation de 4,6 p. 100 comparativement à 2016. Les importations d'œufs d'incubation de poulet à chair et de poussins de chair à griller (en équivalent d'œufs, c'est-à-dire en œufs et en poussins combinés) ont augmenté de 12,3 p. 100, pour s'établir à 172 millions d'œufs. L'offre d'œufs d'incubation et de poussins (en équivalent d'œufs) au Canada en 2017 totalisait 919,3 millions d'œufs, ce qui représente une augmentation de 5,7 p. 100 par rapport à 2016.

Pour les six provinces signataires, le CPAC a approuvé un contingent final pour l'année 2017 de 706,7 millions d'œufs d'incubation de poulet à la chair, ce qui représente une augmentation de 6,7 p. 100 par rapport à la production de ces provinces en 2016. Le CPAC a également approuvé un contingent initial de 738,3 millions d'œufs d'incubation de poulet à chair pour 2018, ce qui représente une augmentation de 4,5 p. 100 par rapport au contingent final de 2017 des six provinces signataires.

Ordonnance sur les redevances à payer

En 2017-2018, le CPAC a approuvé des modifications à l'*Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs d'incubation de poulet de chair au Canada*. Les modifications prévoient une augmentation des redevances provinciales, ainsi qu'une augmentation du taux de redevance des œufs commercialisés d'une province non signataire vers une province signataire. Aucun changement n'a été apporté à la redevance nationale.

Travail du CPAC auprès des POIC

En 2017-2018, le président intérimaire, Mike Pickard, a assisté aux réunions du conseil d'administration des POIC à titre d'observateur, soutenu par des membres du personnel du CPAC. Durant l'année, le CPAC a encouragé les POIC à préparer une nouvelle version de leur entente sur l'imposition de dommages-intérêts, laquelle prévoit des sanctions en cas de surproduction et une méthode pour le calcul de ces sanctions. Les membres du CPAC ont approuvé la nouvelle entente en juillet 2017.

Pour plus de détails sur les décisions du CPAC concernant les modifications aux contingents et aux redevances de cet office en 2017-2018, voir les tableaux qui figurent à l'annexe.



Les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC) sont l'office national qui est responsable de la commercialisation ordonnée des œufs d'incubation de poulet de chair au Canada. Autrefois connus sous le nom d'Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair, les POIC ont été créés en 1986 à la suite d'un accord conclu entre le gouvernement du Canada, les ministres provinciaux de l'Agriculture et les producteurs d'œufs d'incubation de poulet de chair des provinces membres. Il s'agit de l'Accord fédéral-provincial sur les œufs d'incubation de poulet à chair.

Les offices provinciaux de commercialisation des six provinces suivantes font partie de l'Accord fédéral-provincial : la Colombie-Britannique, l'Alberta, la Saskatchewan, le Manitoba, l'Ontario et le Québec. Les producteurs de chaque province participante élisent un représentant au conseil d'administration des POIC. Deux autres représentants sont nommés par la Fédération canadienne des couvoirs.

Chaîne de valeur des œufs d'incubation canadiens

Les œufs d'incubation fertilisés sont envoyés aux couvoirs, où ils sont placés dans des incubateurs pour éclore au bout de 21 jours et donner des poussins de chair à griller. Les couvoirs vendent les poussins aux éleveurs de poulet qui les engraisent pour la consommation humaine.

Allocation des contingents

En vertu du *Règlement des Producteurs d'œufs d'incubation du Canada sur le contingentement*, les POIC allouent des contingents de production pour une année civile. Lors de sa réunion estivale, le conseil d'administration

modifications à l'annexe B de l'AFP sur le poulet (aussi connu sous le nom d'entente opérationnelle). Ces modifications nécessitaient le consentement unanime et la signature des régies agroalimentaires provinciales, des offices provinciaux de commercialisation et des PPC. Elles avaient pour but d'harmoniser l'AFP avec l'Accord sur l'allocation de poulet à long terme, une entente interprovinciale sur l'inclusion de nouvelles mesures de croissance différentielle dans la méthode d'allocation des PPC. Une fois l'entente signée par toutes les parties, les modifications ont été envoyées au CPAC. Le rôle du CPAC est de s'assurer que les modifications apportées à l'Entente Opérationnelle ne requièrent pas de modifications à la Proclamation, auquel cas l'approbation du gouverneur en conseil est requise. Le Conseil a examiné les modifications lors d'une réunion tenue le 31 octobre, et il a déterminé qu'il n'était pas nécessaire de demander l'approbation du gouverneur en conseil. Les modifications étant approuvées, la voie était ouverte pour que l'Alberta réintègre l'office en novembre 2017.

Allocation des contingents

En vertu du *Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation des poulets*, les PPC allouent des contingents de production de poulet pour une période continue de huit semaines. Les PPC les allouent à cette fréquence afin de pouvoir les ajuster rapidement en réponse à des facteurs du marché. Les PPC administrent trois contingents :

- Le contingent intérieur couvre les poulets à griller qui sont produits pour le marché canadien du poulet.

- Le contingent d'expansion des marchés a pour but d'encourager une utilisation élargie du poulet et des produits de poulet canadiens, tout en visant l'équilibre entre la consommation nationale de viande blanche et de viande brune.
- Le contingent de production des poulets de spécialité vise à faciliter la production et la commercialisation planifiées des espèces de poulet de spécialité qui n'entrent pas en concurrence directe avec la production et la commercialisation du poulet ordinaire.

En 2017, la production de poulet a augmenté de 4,8 p. 100 comparativement à 2016, et ce, principalement en raison d'une demande plus élevée et de contrôles frontaliers plus stricts sur les importations illégales de volaille de réforme. Pour satisfaire à la demande, les PPC ont demandé que le CPAC approuve des contingents tout au long de l'exercice 2017-2018, ce qui a mené à une augmentation des contingents de 6,1 p. 100 comparativement à la production de l'exercice précédent.

Ordonnance sur les redevances à payer

En janvier 2018, le CPAC a approuvé une modification à l'*Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des poulets au Canada*, qui était appuyée par un rapport de l'office sur son budget anticipé de 2018. La modification prévoyait le maintien de la redevance nationale à 0,53 cent par kilogramme (poids vif) de poulet, à partir du 1^{er} avril 2018. Pour plus de détails sur les décisions du CPAC concernant les modifications aux contingents et aux redevances de cet office en 2017-2018, voir les tableaux qui figurent à l'annexe.



Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) sont l'office national qui est responsable de la commercialisation ordonnée du poulet au Canada. Autrefois connus sous l'appellation d'Office canadien de commercialisation du poulet, les PPC ont été créés en 1978 à la suite d'un accord conclu entre le gouvernement fédéral, les ministres provinciaux de l'Agriculture et les producteurs de poulet des provinces membres. Il s'agit de l'Accord fédéral-provincial sur le poulet. Toutes les provinces sont actuellement membres de l'Office. (Après une période de cinq ans, l'Alberta a réintégré l'AFP en 2017-2018.) Chaque

Chaîne de valeur du poulet canadien

province a un représentant qui siège au conseil d'administration des PPC. Quatre autres membres du conseil d'administration représentent les intervenants de l'industrie : deux directeurs du CCTOV, un membre de l'ACSV et un membre de Restaurants Canada. Le conseil d'administration se réunit toutes les huit semaines pour discuter de sujets comme l'allocation des contingents, le taux de croissance anticipé, la salubrité des aliments à la ferme, le bien-être des animaux et les questions réglementaires.

Les producteurs de poulet se procurent auprès de couvoirs des poussins vaccinés d'un jour. Les poussins sont chargés dans des camions climatisés et livrés aux producteurs de poulet. Après un séjour de cinq semaines ou plus dans les poulaillers, les poulets sont transportés aux établissements de transformation. Ils y sont transformés, puis vendus aux secteurs des services alimentaires, de la restauration et du détail, ou encore à un surtransformateur pour la préparation entre autres de repas congelés, de croquettes et de pâtes.

Coopération CPAC-PPC

Maryse Dubé, une des membres du CPAC, a assisté aux réunions du conseil d'administration des PPC sur le contingentement et l'industrie en tant qu'observateur. Les travaux les plus importants des PPC au cours des dernières années, lesquels étaient fortement appuyés par le CPAC, comprenaient l'établissement d'un consensus entre les provinces au sujet des

la plainte a été rejetée. Au début de novembre, le CPAC a reçu un avis selon lequel l'entreprise de transformation en question avait demandé à la Cour fédérale d'effectuer un contrôle judiciaire du traitement de la plainte par le CPAC.

Après des discussions additionnelles, en décembre 2017, l'entreprise de transformation s'est désistée de l'affaire et le CPAC a accepté d'entendre officiellement la plainte. Le président intérimaire a alors nommé la membre du CPAC, Maryse Dubé, pour présider le comité chargé d'entendre la plainte. L'audience devait avoir lieu en juillet 2018.

Pour plus de détails sur les décisions du CPAC concernant les modifications aux contingents et aux redevances de cet office en 2017-2018, voir les tableaux qui figurent à l'annexe.



Les membres du conseil d'administration des EDC déterminent

chaque année le contingent global souhaité et les catégories le constituant, ainsi que les contingents alloués à chaque province, pour une période de contrôle de 12 mois s'étendant environ du 1^{er} mai au 30 avril. Conformément à ces décisions, les EDC soumettent ensuite à l'approbation des membres du CPAC un projet de modification des allocations provinciales et du contingent global établi dans le

Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation du

dindon, (1990). Si les changements du marché nécessitent des ajustements au cours de la période de contrôle, le conseil d'administration des EDC demande au CPAC d'envisager l'approbation des modifications supplémentaires qu'il propose.

Les contingents d'oiseaux entiers ont été réduits en 2016-2017. Les EDC ont maintenu ce niveau en 2017-2018, mais le contingent de

surtansformation et les autres catégories de contingents ont été modifiées pour refléter une augmentation des quantités de viandes surtransformées ainsi que les changements aux allocations des exportations.

Dans l'ensemble, l'allocation du contingent global avait diminué de 2,5 p. 100 en janvier 2018, lorsque les membres du CPAC ont approuvé la nouvelle allocation de contingent pour 2018-2019. Le principal facteur était une diminution continue de la demande d'oiseaux entiers au cours de la période des Fêtes, et particulièrement à l'Action de grâce, parce que plusieurs détaillants n'ont pas offert de promotions spéciales pour augmenter les ventes, comme c'était le cas dans les années antérieures. Cependant, le marché des produits surtransformés a continué de croître.

2,9 p. 100.

Les EDC ont déclaré qu'en 2017, les ventes au détail d'oiseaux entiers avaient diminué de 3,6 p. 100 selon le poids, tandis que les ventes de coupes et de produits du dindon surtransformés avaient augmenté de

Ordonnance sur les redevances à payer

En février 2018, les EDC ont déposé auprès du CPAC une modification à l'*Ordonnance sur les redevances à payer par les producteurs pour la commercialisation des dindons du Canada*, qui était appuyée par un rapport sur son budget anticipé de 2018. La modification prévoyait le renouvellement de la redevance nationale des EDC de 1,8 cent par kilogramme (poids vif) de viande de dindon et la prorogation de la date d'entrée en vigueur de la redevance au 31 mars 2019. Les membres du CPAC ont approuvé la modification lors de leur réunion du 20 mars 2018.

Plainte

En juin 2017, le CPAC a reçu une plainte d'une entreprise de transformation du dindon concernant des modifications que les EDC avaient apportées à un article de la Politique d'exportation.

Conformément au nouveau *Règlement administratif relatif aux plaintes*, le président intermédiaire a tenu des discussions non officielles avec les parties. À la suite de ces discussions non officielles en août et en septembre 2017,

Les producteurs de dindon se procurent auprès de couvoirs des dindonneaux vaccinés d'un jour. Les dindonneaux sont élevés dans des grandes climatisées. Lorsqu'ils atteignent le poids de marché (entre 11 et 17 semaines) et selon les besoins des marchés, ils sont transportés dans des établissements de transformation. En règle générale, les dindes (femelles) sont engraisées pour le marché des oiseaux entiers, tandis que les dindons (mâles) sont destinés au marché de la surtransformation en raison de leur taille et de leur poids supérieurs. Après leur transformation, les oiseaux sont vendus entiers (frais ou congelés), ou en morceaux, ou surtransformés pour les utiliser dans des produits comme des repas congelés, des rôtis, des viandes tranchées ou des pâtes à la viande. Les dindons entiers et les produits du dindon sont distribués aux services alimentaires, aux restaurants et aux secteurs de la vente au détail à des fins de commercialisation auprès des consommateurs finaux.

Travail du CPAC auprès des EDC

Au cours de 2017-2018, le président intérimaire, Mike Pickard, a assisté aux réunions du conseil d'administration des EDC en tant qu'observateur. Le CPAC a tenu sa réunion annuelle avec les directeurs des EDC en mai 2017. Le CPAC a alors eu l'occasion de se renseigner sur certains des problèmes touchant l'industrie du dindon, notamment la demande qui diminue constamment pour les oiseaux entiers et la nécessité de se concentrer sur la promotion et le développement de nouveaux marchés pour le dindon et les produits du dindon.

Allocation des contingents

- En vertu du *Règlement canadien sur le contingentement de la commercialisation du dindon* (1990), les EDC allouent des contingents de production pour une période d'un an. Le contingent global est constitué de quatre politiques d'allocation de contingents distinctes :
- Conformément à la Politique d'allocation commerciale nationale, les EDC allouent un contingent de production pour les oiseaux entiers, et un autre contingent pour les oiseaux servant aux coupes et à la surtransformation.
 - Conformément à la Politique d'exportation, les EDC allouent un contingent permettant le remplacement des oiseaux déjà exportés et un volume de production suffisant pour couvrir les exportations prévues de dindons transformés, surtransformés et vivants.
 - Conformément à la Politique de la reproduction-multiplication, les EDC allouent un contingent d'oiseaux utilisés pour la production d'œufs de dindons et de dindonneaux afin de répondre aux besoins de l'industrie.
 - Conformément à la Politique de reproduction primaire, les EDC allouent un contingent d'oiseaux utilisés comme animaux de reproduction primaire. Ensemble, ces catégories de contingents représentent le contingent global de dindon.



Les Éleveurs de dindon du Canada (EDC) sont l'office national qui est responsable de la commercialisation ordonnée du dindon et de la chair de dindon au Canada. Sous l'appellation officielle d'Office canadien de commercialisation des dindons, il a été créé en 1974 en vertu d'un accord fédéral-provincial conclu entre le gouvernement du Canada, les ministères provinciaux de l'Agriculture, les règles agroalimentaires provinciales et les producteurs de dindon des provinces membres.

Les EDC comptent huit provinces membres, soit la Colombie-Britannique, l'Alberta, la Saskatchewan, le Manitoba, l'Ontario, le Québec, le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse. Chaque province a un représentant qui siège au conseil d'administration des EDC. Trois membres supplémentaires du conseil d'administration représentent les transformateurs : deux pour le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV), et un pour l'Association canadienne des surtransformateurs de volailles (ACSV).

Le conseil d'administration des EDC se réunit au moins une fois par trimestre pour planifier et gérer la production et la commercialisation du dindon. Le travail du conseil d'administration comprend principalement l'établissement et le rajustement des contingents de production, et la mise en place d'une redevance nationale pour couvrir les dépenses de commercialisation et d'administration des EDC. Les EDC doivent soumettre au CPAC les modifications proposées aux contingents et à la redevance à des fins d'approbation.

Les dernières modifications importantes à l'Accord fédéral-provincial sur la commercialisation des œufs ont été apportées en 1976, soit il y a plus de 40 ans. Depuis, l'industrie a connu de vastes changements, ainsi que l'introduction de nouvelles politiques, notamment l'Accord du Comité d'allocation des contingents et le Seuil d'utilisation des contingents de production, tous deux aujourd'hui utilisés pour structurer le fonctionnement de l'industrie sans faire partie de l'AFP. Le CPAC croit que l'AFP doit être mis à jour afin de refléter les pratiques actuelles.

En 2017-2018, les POC ont travaillé sur la première étape d'une approche en deux étapes visant le renouvellement de l'AFP. Cela impliquerait la rédaction de modifications mineures au texte de l'Accord. Ces modifications doivent être soutenues par tous les signataires de l'AFP et nécessitent l'approbation officielle de ceux-ci. Une fois les modifications approuvées par tous les signataires, le travail sur la deuxième étape du renouvellement de l'AFP commencera : un examen approfondi de l'Accord.

Pour plus de détails sur les décisions du CPAC concernant les modifications aux contingents et aux redevances de cet office en 2017-2018, voir les tableaux qui figurent à l'annexe.



Ordonnance sur les redevances à payer

Quatre facteurs ont une incidence sur le solde du fonds de péréquation des POC : le montant des redevances, la production intérieure, les prix internationaux des œufs de casserie et la quantité d'œufs excédentaires. En 2017-2018, le plus grand volume d'œufs excédentaires a eu une incidence négative sur le solde du fonds. Cependant, cet effet a été contrebalancé par les effets positifs de l'augmentation de la production, de la hausse des redevances qui avait été approuvée par le Conseil l'année précédente et de l'augmentation des prix internationaux des œufs de casserie. Le solde du fonds a donc augmenté au cours de l'année.

Pour aider à maintenir le solde du fonds à l'intérieur de la fourchette cible des POC (20-40 millions de dollars), le Conseil a approuvé une réduction de deux cents (0,02 \$) de la redevance en décembre 2017.

Allocation des contingents

En vertu du *Règlement de 1986 de l'Office canadien de commercialisation des œufs sur le contingentement*, les POC allouent des contingents de production pour une période établie, généralement une année civile. Les POC gèrent quatre différents types de contingents de production :

- Le contingent fédéral établit le volume d'œufs en coquille à produire pour répondre aux besoins du marché des œufs de consommation
- Le contingent d'œufs de transformation établit le volume d'œufs en coquille à produire pour répondre aux besoins des marchés provinciaux de la transformation.

Accord entre les transformateurs

Le 14 décembre 2017, le CPAC a approuvé une augmentation de 4 p. 100 au contingent fédéral, ce qui équivaut à un total de 25 989 382 poules pondeuses (692 605 522 œufs). Les contingents d'œufs de transformation et d'œufs de vaccin n'ont pas été modifiés, étant établis à 1 450 000 et 635 040 poules pondeuses, respectivement.

- Le contingent d'œufs de vaccin établit le volume d'œufs fertilisés à produire pour répondre aux besoins des entreprises pharmaceutiques qui fabriquent des vaccins, dont le vaccin antigrippal annuel.
- Le contingent spécial pour répondre à des besoins temporaires des marchés a été introduit par les POC afin d'aider les transformateurs d'œufs canadiens à composer avec la hausse du prix des importations découlant de la crise de l'influenza aviaire de 2015 aux États-Unis. Puisque cette crise est passée, les POC ont éliminé ce contingent en septembre 2017.

En décembre 2017, le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) et les POC se sont entendus sur une nouvelle structure de prix pour les œufs industriels ayant un effet sur les transformateurs. Dès l'entrée en vigueur de l'accord en juin 2018, les transformateurs paieront un prix plus élevé pour les œufs excédentaires. Il réduira également la dépendance aux redevances payées par les consommateurs pour le financement de l'achat d'œufs excédentaires par les POC. La nouvelle tarification sera établie à l'aide d'un modèle de politique et de protocole. Elle sera introduite en étapes sur une période de trois à cinq ans pour donner le temps aux clients de s'ajuster.

Travail du CPAC auprès des POC

Au cours de 2017-2018, le président intérimaire du CPAC, Mike Pickard, a assisté à la plupart des réunions ouvertes du conseil d'administration des POC en tant qu'observateur. Il a également été observateur lors des réunions et des téléconférences du Comité sur les coûts de production des POC et du projet Solutions intégrées.

En mars 2018, le conseil d'administration des POC a accepté le rapport final de l'Étude des coûts de production. Dans le cadre de cette étude, des données sur les coûts et l'efficacité étaient recueillies depuis 2015.

Le projet Solutions intégrées est une nouvelle initiative visant à élaborer des principes et des lignes directrices concernant les revenus et les dépenses du fonds de pétéquation. Les POC se servent du fonds pour acheter les œufs de consommation excédentaires auprès des offices provinciaux de commercialisation. L'office revend ensuite les excédents aux transformateurs à un prix négocié entre les transformateurs et les POC. Pour financer le fonds, les POC imposent une redevance qui est payée par les consommateurs. Cette redevance compense l'écart entre le prix du transformateur et le montant qui est versé par les POC aux classeurs d'œufs. La première étape du projet vise à définir le terme « excédent naturel », lequel désigne le pourcentage d'œufs produits qui dépassent les besoins pour répondre à la demande d'œufs de consommation du Canada. Le Conseil avait certaines préoccupations relativement au calcul de l'excédent naturel. D'autres réunions sur cette question devraient avoir lieu en 2018-2019.

envoyés à un poste de classement avant d'être expédiés aux grossistes, aux détaillants, au secteur institutionnel ainsi qu'aux hôtels et restaurants. Ces œufs sont appelés « œufs de consommation », c'est-à-dire qu'il s'agit d'œufs frais vendus aux consommateurs dans leur coquille. Ils sont également appelés « œufs en coquille ».

Pour diverses raisons (comme les variations saisonnières, le calibre d'œuf préféré par les consommateurs et le lieu géographique), l'offre d'œufs de consommation dépasse la demande. Les POC achètent les œufs excédentaires auprès des offices provinciaux de commercialisation conformément aux modalités prévues dans le Programme des produits industriels. Dans la mesure du possible, les œufs excédentaires sont vendus à d'autres provinces en pénurie d'œufs de consommation. Sinon, ils sont vendus à des entreprises qui les transforment en produits destinés à l'industrie alimentaire, ainsi qu'aux hôtels, restaurants et institutions, que ce soit sous forme liquide ou comme ingrédient pour la fabrication d'autres produits alimentaires. Ces œufs sont appelés « œufs de casserie ».

La consommation d'œufs est en augmentation constante depuis un certain nombre d'années. La tendance s'est poursuivie en 2017-2018, la demande en œufs de consommation et en œufs de casserie ayant continué de croître. Parallèlement à la croissance de la demande, il y a eu accroissement de la production et de plus grandes quantités d'œufs ont été déclarées excédentaires.



Les Producteurs d'œufs du Canada (POC) sont l'office national qui est responsable de la commercialisation ordonnée des œufs au Canada. Cet office a été créé en 1972 sous le nom d'Office canadien de commercialisation des œufs après la conclusion d'un accord entre le gouvernement fédéral, les ministères provinciaux de l'Agriculture, les règles agroalimentaires provinciales et les producteurs d'œufs de consommation des provinces membres. Il s'agit de l'Accord fédéral-provincial sur la commercialisation des œufs.

Les POC sont constitués de 15 membres : des représentants des producteurs des dix provinces et des Territoires du Nord-Ouest, ainsi que quatre intervenants en aval qui représentent les classeurs d'œufs, les transformateurs, l'industrie des couvoirs et les consommateurs. Le conseil d'administration des POC se réunit plusieurs fois par année pour planifier et gérer la production et la commercialisation des œufs. Sa principale responsabilité est de répartir les contingents et d'apporter tout changement nécessaire aux ordonnances sur les redevances à payer afin que les POC couvrent leurs frais de fonctionnement. Pour que les projets de modification du *Règlement de 1986 de l'Office canadien de commercialisation des œufs sur le contingentement* et de l'*Ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation des œufs au Canada* prennent effet, les POC doivent obtenir l'approbation du CPAC.

Chaîne de valeur des œufs canadiens

Dès l'âge de 19 semaines et durant environ un an, les poules pondeuses produisent des œufs presque tous les jours. Les œufs sont recueillis et

outrepasser les pouvoirs d'un instrument de niveau supérieur. Par exemple, un office ne peut se voir conférer de pouvoirs par un AFP qui n'est pas précisé dans sa proclamation.

Fonctionnement des offices nationaux de commercialisation

L'article 21 de la LOPA prévoit les objectifs d'un office :

- promouvoir la production et la commercialisation de façon à en accroître l'efficacité et la compétitivité;
- veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs.

Dans la poursuite de ces objectifs, la proclamation de chaque office confère à ce dernier les pouvoirs prévus à l'article 22 de la LOPA, y compris le pouvoir d'encourager la consommation du produit réglementé; de faire de la publicité, de la promotion et des recherches sur les nouveaux marchés; d'établir des contingents de production et de percevoir des redevances; et d'acheter, de louer ou d'acquérir autrement un immeuble et de prendre une hypothèque sur celui-ci.

En vertu de l'article 27 de la LOPA, un office a l'obligation d'être financièrement autonome. L'article 29 exige qu'un auditeur nommé par le gouverneur en conseil vérifie chaque année les comptes et opérations financières de chaque office et présente son rapport à l'office concerné, au CPAC et au ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire.

Ordonnances et règlements

Conformément à l'article 30 de la LOPA, chaque office est aussi tenu de présenter un rapport annuel au CPAC et au ministre. Selon l'article 32 de la LOPA, la *Loi sur la concurrence* ne s'applique ni à un contrat, ni à un accord, ni à toute autre forme d'arrangement conclu par un office avec une personne effectuant la production ou la commercialisation d'un produit réglementé.

CPAC est nécessaire, puisqu'un office nécessite une autorité compétente pour la mise en œuvre des modalités de son plan de commercialisation. Chaque fois qu'un office soumet un projet de modification d'une ordonnance ou d'un règlement, les membres du Conseil doivent étudier sa justification, au moyen notamment de statistiques commerciales et financières, ainsi que de données budgétaires de l'office.

Avant d'approuver la modification, les membres du Conseil doivent être convaincus que l'ordonnance ou le règlement est conforme au plan de commercialisation de l'office et nécessaire à la mise en œuvre de ce plan. Les offices peuvent décider des contingents à allouer et du montant des redevances à percevoir pour l'année, mais ils examinent et modifient souvent les contingents et le montant des redevances au cours de l'année en réponse aux conditions du marché. Les Producteurs de poulet du Canada sont une exception : ils fixent des contingents plus fréquemment, et cela exige l'approbation du CPAC plusieurs fois par année.

Offices nationaux de commercialisation

Quatre offices nationaux de commercialisation ont été établis en vertu de la partie II de la *Loi sur les offices des produits agricoles* (LOPA) : Les Producteurs d'œufs du Canada, Les Éleveurs de dindon du Canada, Les Producteurs de poulet du Canada et Les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada.

Le rôle du Conseil des produits agricoles du Canada (CPAC) est de surveiller les opérations des quatre offices. Le CPAC collabore avec eux pour assurer un système de gestion de l'offre fort et efficace tout en veillant à la protection des intérêts des producteurs et des consommateurs. De plus, le CPAC conseille le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire sur certains aspects des offices nationaux de commercialisation. Le CPAC consulte les offices, les gouvernements provinciaux et territoriaux, et d'autres ministères et organismes fédéraux. Il approuve les ordonnances et les règlements des offices. Il entend également les plaintes relatives aux opérations et aux décisions des offices.

Cadre de réglementation

En vertu de la partie II de la LOPA, le gouverneur en conseil peut, par proclamation, créer un office national de commercialisation pour tout produit agricole s'il est convaincu qu'une majorité de producteurs du Canada appuient une telle mesure. Une proclamation est un règlement fédéral qui prévoit la façon dont l'office doit être constitué – par exemple ses membres, le processus de nomination et le lieu où le siège social de l'office sera situé.

La proclamation inclut une annexe autorisant l'office national de commercialisation à mettre en œuvre un plan de commercialisation. Habituellement, ce plan décrit les systèmes de contingemment, de redevances et de délivrance de permis à instaurer, les dispositions relatives

à l'examen du plan de commercialisation et d'autres points propres au produit réglementé en question.

La LOPA permet au ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, avec l'approbation du gouverneur en conseil, de conclure une entente avec tout gouvernement provincial ou territorial afin qu'un office national de commercialisation puisse exercer ses fonctions au nom de ce gouvernement (c'est-à-dire, recevoir le pouvoir délégué du gouvernement). Cette entente est désignée sous le nom d'accord fédéral-provincial (AFP). De plus, la plupart des lois provinciales exigent la signature d'un accord pour la délégation de pouvoirs d'un office national de commercialisation à un office provincial de commercialisation homologue.

Un AFP comprend habituellement des annexes qui contiennent la proclamation de l'office, le plan de commercialisation national, les plans de commercialisation provinciaux, ainsi que la proposition initiale de création d'un office utilisée lors de la tenue des audiences publiques ayant précédé sa création.

Les signataires des AFP actuels comprennent les ministres fédéral et provinciaux de l'Agriculture, le CPAC (pour les AFP sur les œufs et le dindon), les règles agroalimentaires provinciales, les offices provinciaux de commercialisation et l'office national de commercialisation (sauf celui du dindon). En ce qui concerne les provinces de l'Alberta et du Québec, les ministres des Affaires intergouvernementales sont aussi signataires.

D'un point de vue législatif, la LOPA est subordonnée à la *Loi constitutionnelle*, la proclamation et le plan de commercialisation sont subordonnés à la LOPA, et les ordonnances ainsi que les règlements des offices sont subordonnés à la proclamation et au plan de commercialisation. Un instrument législatif subordonné ne peut

Lignes directrices sur l'établissement des offices de promotion et de recherche

En novembre 2017, le CPAC a publié sur son site Web une version à jour des *Lignes directrices pour la création d'offices de promotion et de recherche* (OPR). Ce document est le fruit d'une collaboration entre le personnel du CPAC et d'AAC, et a été approuvé par le Conseil. Les Lignes directrices exposent les objectifs et les avantages associés à la création d'un office de promotion et de recherche pour des produits agricoles en vertu de la LOPA, ainsi que le fondement juridique d'un OPR. Le document décrit aussi les procédures de préparation et de soumission d'une proposition de création d'un OPR, de même que celles liées à l'examen d'une proposition.

Office de promotion et de recherche du porc

Après la tenue d'audiences publiques en 2016-2017, les membres du Conseil ont présenté leurs recommandations au ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire au projet d'OPR du porc présenté par le Conseil canadien du porc. En 2017-2018, le CPAC a collaboré avec les ministères de la Justice du Canada et de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire à la rédaction d'une proclamation qui servirait à créer l'OPR. Une fois terminée, la proclamation sera soumise au Gouverneur en Conseil pour son approbation.



Principales réalisations 2017-2018

Processus de traitement des plaintes

En novembre 2016, le CPAC a adopté le nouveau *Règlement administratif concernant le traitement des plaintes*. En 2017-2018, le CPAC a pu

appliquer le Règlement une première fois lorsqu'une entreprise de l'industrie du dindon a déposé une plainte à l'égard d'une décision des Éleveurs de dindon du Canada. Le Règlement s'est avéré utile en fournissant un cadre pour l'audition des plaintes. Le CPAC évaluera la nécessité d'ajuster le Règlement une fois le traitement de cette plainte terminé.

Protocole d'entente avec Agriculture et Agroalimentaire Canada concernant la Loi sur la commercialisation des produits agricoles

En 2017-2018, le CPAC a conclu un protocole d'entente avec AAC pour officialiser les responsabilités de chacune des parties en application de la LCPA. Le protocole fait en sorte que le CPAC et AAC aient une compréhension commune de leurs rôles respectifs et qu'ils travaillent ensemble de façon structurée sur une stratégie à long terme pour simplifier les instruments réglementaires de la LCPA. Ceci est particulièrement important étant donné les nombreux règlements à appliquer en vertu de la LCPA.

L'exercice 2017-2018 était la dernière année du plus récent plan stratégique triennal du CPAC. En septembre 2017, le Conseil a décidé de retarder l'élaboration du prochain plan stratégique jusqu'à la nomination d'un nouveau président et de nouveaux membres. Le nouveau plan établira les priorités du CPAC pour les années à venir.

Entente opérationnelle de l'Accord fédéral-provincial sur le poulet

En 2014, le gouvernement de l'Alberta s'est retiré de l'Accord fédéral-provincial (AFP) sur le poulet. Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) et les offices provinciaux de commercialisation ont réagi à ce retrait en élaborant une nouvelle méthode d'allocation qui permettrait une croissance différentielle et qui serait acceptable pour toutes les provinces, y compris l'Alberta. Des propositions ont été présentées pour modifier l'annexe B de l'AFP (aussi appelé entente opérationnelle) afin d'y intégrer la nouvelle méthode d'allocation.

Il incombe au CPAC d'étudier ces propositions pour déterminer si elles ont une incidence sur la *Proclamation visant Les Producteurs de poulet du Canada*. Si elles en ont une, une approbation du gouverneur en conseil est nécessaire. Après avoir reçu des précisions additionnelles et des détails sur les mesures proposées par les PPC en octobre 2017, le Conseil a déterminé que les modifications proposées n'exigeaient pas l'approbation du gouverneur en conseil. Finalement, les modifications ont été incorporées et l'AFP a réintégré l'AFP sur le poulet lors de la réunion des PPC en novembre 2017.



À l'avant (de gauche à droite) : Nicole Nash, Lise Turcotte, Mélanie Pruneau, Mike Pickard, Marc Chamaillard et Chantal Lafontaine.
 À l'arrière (de gauche à droite) : Reg Milne, Mike Iwaskow, Bill Edwardson, Steve Welsh, Joanne Forget et Nancy Fournier. (Absent : Lise Leduc).

Membres

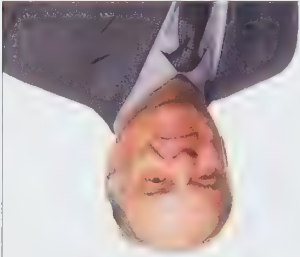


Gauche à droite : Kimberley Hill, Maryse Dubé et Mike Pickard.



Gauche à droite : Nancy Fournier, Mike Pickard and Mave Chamailland.

Haute direction



Remarque : M. Laurent Pellerin a continué de siéger à la présidence du Conseil durant les deux premiers mois de l'exercice 2017-2018. Au terme de son mandat à la fin de mai 2017, il aura été président du Conseil pendant sept ans.



Kimberley Hill est présidente de Bridge Strategies Inc., un cabinet d'experts-conseils en Saskatchewan qui offre divers services de gestion aux entreprises et aux organisations du secteur agroindustriel. Au cours des dernières années, elle a grandement contribué au développement d'entreprises et d'organisations en offrant des services d'incubation d'entreprises. M^{me} Hill possède une vaste expérience de l'industrie alimentaire à valeur ajoutée, ayant notamment été contrôleuse et directrice de programme pour la Saskatchewan Food Processors Association, où elle était la championne du Saskatchewan Made Program au début des années 2000. Elle a auparavant été gérante d'une usine de transformation des aliments dans une région rurale de la Saskatchewan. M^{me} Hill réside à Saskatoon avec son conjoint Bob. Ils ont deux enfants.



Mike Pickard est un résident de Saskatoon, en Saskatchewan. Ancien propriétaire d'un élevage de poulets à grillin, M. Pickard a exercé les fonctions d'administrateur des Chicken Farmers of Saskatchewan de 2007 à 2013. De 2008 à 2013, il a été administrateur des Producteurs de poulet du Canada, en plus de siéger au Comité des finances et au Comité des relations avec les consommateurs de l'organisation. Il est originaire de Saint John, au Nouveau-Brunswick, et a trois enfants.



Maryse Dubé a obtenu un diplôme en droit de l'Université Laval en 1996 et a été admise au Barreau du Québec en 1997. En sa qualité d'avocate et de partenaire de Sylvestre & Associés depuis 2004, M^{me} Dubé exerce le droit commercial et alimentaire, représentant plusieurs institutions financières. Elle représente également des petites et moyennes entreprises dans les domaines du droit des sûretés, de la faillite, des litiges commerciaux et du droit des sociétés (volets manufacturier et agricole). M^{me} Dubé est membre de nombreux conseils d'administration et organismes communautaires. Elle a été présidente du Barreau de Richelieu en 2014 et siège actuellement au Comité exécutif du Barreau du Québec.

À propos du CPAC

Profil du CPAC

Mission

Le CPAC est un participant actif qui veille à ce que tous les Canadiens bénéficient des activités de commercialisation, de promotion et de recherche relatives aux produits agricoles.

Vision

Le CPAC est reconnu pour son leadership dans les efforts de maintien et de promotion de l'efficacité et de la compétitivité des industries agricoles.

Gouvernance

Le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire remet un mandat écrit au président du Conseil; il y établit les priorités du CPAC ainsi que les attentes à son égard.

Le Conseil est formé de trois à sept membres, y compris le président. Au moins la moitié d'entre eux doivent être des producteurs primaires ou gouverneur en conseil pour une période dont la durée peut varier. Le président intérimaire du Conseil était le seul membre à temps plein du Conseil de juin 2017 à mars 2018.



Bien gérer, jusqu'au marché

Le Conseil des produits agricoles du Canada (CPAC) est un organisme de surveillance d'intérêt public qui relève du Parlement du Canada par l'entremise du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire. Il supervise les systèmes nationaux de commercialisation de la volaille et des œufs, de même que les activités des offices nationaux de promotion et de recherche pour les produits agricoles. Le CPAC présente au ministre des conseils et des recommandations, collabore avec les règles agroalimentaires provinciales et travaille de concert avec d'autres organismes fédéraux.

Le CPAC administre deux lois fédérales :

La Loi sur les offices des produits agricoles (LOPA) autorise la création et la surveillance d'offices nationaux de commercialisation, ainsi que d'offices de promotion et de recherche (OPR).

La Loi sur la commercialisation des produits agricoles (LCPA) autorise la délégation de pouvoirs fédéraux en matière de commercialisation de produits agricoles à des offices provinciaux de commercialisation en ce qui concerne le commerce interprovincial et l'exportation. Le CPAC administre la LCPA selon un accord conclu avec Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC). En vertu de la *Loi sur les offices des produits agricoles*, le CPAC est également chargé de traiter les plaintes déposées par des parties qui estiment être lésées par les opérations de l'un des cinq offices existants, à savoir Les Producteurs d'œufs du Canada, Les Éleveurs de dindon du Canada, Les Producteurs de poulet du Canada, Les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada et l'Agence canadienne de prélèvement du bœuf.

Comme toujours, les membres du Conseil ont continué de collaborer avec les représentants des industries de la volaille et des œufs du Canada. Nous avons assisté aux réunions des offices nationaux de commercialisation et des régions et offices provinciaux, et avons communiqué avec les producteurs et les transformateurs. Ce fut un plaisir de travailler étroitement avec les représentants sectoriels, et nous pensons que les discussions franches et ouvertes ont été profitables à tous.

Composé de nouveaux membres et d'un nouveau président, le Conseil portera son attention sur les défis et les dossiers à traiter en 2018-2019, dont l'élaboration d'un plan stratégique et le maintien et le renforcement des relations avec tous les intervenants. Par ailleurs, nous sommes convaincus que le Conseil réussira à travailler avec le secteur pour faire en sorte que tous les Canadiens aient un accès abordable et continu à la volaille et aux œufs produits au pays, et que les agriculteurs canadiens bénéficient du maintien de prix équitables sur le marché.

Nous sommes reconnaissants du travail accompli par tout le personnel du CPAC, y compris les personnes qui ont quitté l'équipe au cours de la dernière année. Nous nous réjouissons à la perspective de travailler avec les personnes se joignant à l'équipe, ainsi qu'avec celles qui en font déjà partie depuis quelques années. Nous sommes impatients de relever ensemble les défis qui nous attendent en 2018-2019 et de mener à bien de nouvelles réalisations.

Membres du Conseil

Kimberly Hill, Maryse Dubé et Mike Pickard

Message des membres du Conseil



En 2017-2018, le Conseil des produits agricoles du Canada (CPAC) a continué d'exercer un solide leadership au sein des offices nationaux de gestion de l'offre des secteurs de la volaille et des œufs, ainsi qu'au sein des offices de promotion et de recherche nationaux.

Le départ du président sortant, Laurent Pelletier, au terme de son mandat, a marqué le début d'une nouvelle ère en mai 2017. Le Conseil a alors connu une période de transition en attendant la nomination d'un nouveau président et de nouveaux membres.

Pendant presque tout l'exercice, nous n'étions que trois membres à siéger au Conseil, cumulant un large éventail de fonctions. À trois, nous nous sommes acquittés des nombreuses tâches qui incombent au Conseil. Grâce au soutien dévoué du personnel du CPAC, le Conseil a exécuté son mandat avec diligence. Nous avons travaillé sur plusieurs dossiers importants, dont :

- l'approbation de modifications à l'annexe B de l'Accord fédéral-provincial sur le poulet (connu sous le nom d'entente opérationnelle);
- un protocole d'entente entre le CPAC et Agriculture et Agroalimentaire Canada concernant leurs rôles et responsabilités respectifs relativement à la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles*;

- la mise à jour de lignes directrices à l'intention des intervenants concernant la création d'un office de promotion et de recherche (OPR) et le travail préparatoire en prévision de la tenue d'audiences publiques sur les projets de création d'OPR reçus durant l'année pour le chanvre et l'orge industriel.

De plus, en décembre 2017, le Conseil a approuvé d'importantes mises à jour au *Règlement administratif sur la gouvernance*. Le Règlement révisé définit plus clairement les rôles et responsabilités du président, de l'administrateur général et des membres du personnel du Conseil. Il encadre aussi plus clairement divers aspects des réunions du Conseil. Enfin, il insiste davantage sur la nécessité d'une transparence accrue, d'une éthique plus rigoureuse et d'une meilleure séparation des fonctions.

Table des matières

Message des membres du Conseil	2
À propos du CPAC	3
Bien gérer, jusqu'au marché	3
Profil du CPAC	5
Membres et Haute direction	6
Personnel	8
Principales réalisations en 2017-2018	10
Offices nationaux de commercialisation	12
Office des d'œufs	14
Office du dindon	16
Office du poulet	20
Office d'œufs d'incubation	22
Offices de promotion et de recherche	24
Office du bœuf	26
Autres activités du CPAC	28
Annexe : Décisions du CPAC concernant les modifications aux contingents et aux redevances, 2017-2018	30
Glossaire	33

SERIAL

ISSN: 2561-4371

© Ministère des Travaux publics et des Services gouvernementaux Canada, 2017

Courriel : aafc.fpsc-cpac.aac@canada.ca

Téléscripteur/ATME : 613-759-1737

Télécopieur : 613-759-1566

Téléphone : 613-759-1555

Ottawa (Ontario) K1A 0C6

960, avenue Carling, Édifice 59

Ferme expérimentale centrale



Conseil des produits agricoles
Farm Products Council
of Canada

RAPPORT ANNUEL 2017-2018



3 1761 11551852 4



CONSEIL DES PRODUITS AGRICOLES DU CANADA

Canada